



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย



แผนบริหารกิจการปี 2561

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

เสนอ

คณะกรรมการนโยบาย

2 พฤศจิกายน 2560



“ขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง”

บทนำ

พันธกิจขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ซึ่งกำหนดมาตั้งแต่เกือบสิบปีที่แล้ว ยังนับเป็นพันธกิจที่ทรงพลัง ใช้ได้กับยุคสมัยปัจจุบัน และจะยังใช้ได้ไปจนถึงอนาคต นั่นคือ ให้บริการข่าวสาร สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ

ด้วยภารกิจที่แจ่มชัด และยึดผลประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้งเช่นนี้ การกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ ส.ส.ท. ในแต่ละปี จึงสะท้อนหลักคิดดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปี 2561 ที่เป็นปีฉลองครบสิบปีของ ส.ส.ท. ซึ่งนับว่าได้สะสมความรู้ ประสบการณ์ และคุณค่าเอาไว้มากมาย จึงทำให้การ **กำหนดเป้าประสงค์ (Purpose) ในปี 2561 เป็นเรื่องของการนำ “ความรู้” มาขับเคลื่อนให้เกิดการ “เปลี่ยนแปลงในสังคม”**

เช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ ส.ส.ท.ก็กำลังเผชิญกับภาวะพลิกผันทางเทคโนโลยีและตลาดผู้ชมครั้งใหญ่ ทำให้ ส.ส.ท. ต้องเร่งปรับตัวให้เร็วขึ้น ต้องมีกรอบทิศทางของยุทธศาสตร์ในระยะเวลาที่มากกว่า 1 ปี และต้องกำหนดยุทธศาสตร์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ที่จะทำให้ ส.ส.ท. สามารถสร้างความแตกต่างจากสื่ออื่นให้เป็นที่ประจักษ์ได้ รวมไปถึงการมีแผนที่จะไปสู่การให้บริการผู้ใช้สื่อที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ พร้อมไปกับการรักษาและขยายฐานผู้ชมกลุ่มเดิมให้ได้รับประโยชน์จาก ส.ส.ท. มากขึ้น

แผนบริหารฉบับนี้ จึงพัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดดังกล่าว เป็นแผนที่ประกอบด้วยเนื้อหาสองส่วน คือ 1) กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ปี 2561 - 2564 และ 2) แผนบริหารกิจการและแผนงบประมาณ พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ แผนบริหารกิจการ ปี 2561 - 2564 จะวัดความก้าวหน้าและความสำเร็จ ตามเป้าประสงค์ (Purpose) ปี 2561-2564 ยุทธศาสตร์ (Strategy) และประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ดังนี้

เป้าประสงค์ (Purpose) ภายในปี 2564 เป็น “พื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน” (Learning Space for All) โดย ส.ส.ท. จะเป็น “**สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง**” ภายในปี 2561

โดยจะขับเคลื่อนด้วยยุทธศาสตร์... **“แตกต่าง”** บนความ **“ยั่งยืน”**

และประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) 4 ด้านหลัก คือ

1. เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้ สื่อสารหลากหลาย ทั้งถึงด้วยสารประโยชน์ ที่แตกต่าง	2. สร้างสรรค์ สังคมแห่งการ เรียนรู้ตลอดชีวิต	3. สร้างคุณค่า และความยั่งยืน ด้วยหุ้นส่วนทาง สังคม	4. พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจ ประชาชน
--	--	--	---

โดยสาระสำคัญของแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561 ฉบับนี้ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561 – 2564 ซึ่งแสดงที่มาของแนวคิดและแนวทางในการจัดทำแผน สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ในภูมิทัศน์สื่อที่มีการเปลี่ยนแปลง



อย่างรวดเร็ว การกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย และทิศทางของแผนบริหารกิจการของ ส.ส.ท. ภายในปี 2561-2564

ส่วนที่ 2 ร่างแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561 มีสาระสำคัญ ประกอบด้วย 3 แผน (Plan) และ 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) เพื่อเป็นแนวทางและเครื่องมือในการทำงานร่วมกันภายในองค์กรให้บรรลุเป้าประสงค์ (Purpose) ปี 2561 ดังนี้

(1) แผนด้านเนื้อหา ช่องทางและบริการ (Content, Platform and Service Strategic Plan) ดำเนินงานตาม 2 ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1) เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้สื่อสารหลากหลาย ทั้งถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง และ 2) สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

(2) แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan) ดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3) สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

(3) แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human and Organization Capital Strategic Plan) ดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4) พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน

และแผนการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล พ.ศ. 2561 และแผนบริหารความเสี่ยง

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วย ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์การ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561 (Corporate KPIs 2018) แผนงาน/โครงการและแผนงบประมาณ

ส่วนที่ 4 งบประมาณ แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2561 เพื่อกำกับดูแลโครงการของ ส.ส.ท. ภายใต้แผนบริหารกิจการฉบับนี้ ให้เกิดผลสำเร็จตามแผนที่วางไว้

ซึ่งทีมบริหารตั้งใจเป็นอย่างยิ่งว่า ด้วยการทำงานร่วมกันแบบ One Team ของฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติของ ส.ส.ท. โดยมีฝ่ายนโยบายเป็นผู้ให้ทิศทางหลักนั้น จะทำให้ ส.ส.ท. สามารถสร้างผลงานที่โดดเด่นในการขับเคลื่อนความรู้ของประชาชน ไปสู่การเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะบนวิถีของการปฏิรูป ที่ ส.ส.ท. จะกำหนดให้เป็นแนวเนื้อหาสำคัญขององค์การฯ ในปีหน้า

รศ.ดร.วิลาสินี พิพิธกุล

ผู้อำนวยการ ส.ส.ท.

สารบัญ

บทนำ

ส่วนที่ 1 กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564	1
ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ	2
แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ	2
1. การนำทิศทาง และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2560 เป็น กรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติ	2
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน	5
3. วิเคราะห์ผลประโยชน์ และการบริหารจัดการงบประมาณ ปี 2559 ของ ส.ส.ท.	8
วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)	11
เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564	12
ยุทธศาสตร์องค์การ (Corporate Strategy) ปี 2561-2564	12
ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564	13
ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564	18
เป้าหมายปี 2561	19
ส่วนที่ 2 แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561	21
1. แผนด้านเนื้อหา ช่องทางและบริการ (Content, Platform& Service Plan)	24
2. แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan)	35
3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan)	36
การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในแผนระยะ 1 ปี พ.ศ. 2561	38
การบริหารความเสี่ยง	39
ส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์การ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561 (Corporate KPIs 2018)	41
ส่วนที่ 4 แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2561	48
งบประมาณปี 2561	49
แนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2561	56
ภาคผนวก 1 แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ปี 2561 ของ ส.ส.ท.	58

สารบัญแผนภาพ		หน้า
แผนภาพที่ 1	แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง”	3
แผนภาพที่ 2	แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง” และ “ยั่งยืน”	4
แผนภาพที่ 3	แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “ยั่งยืน” ขององค์กร	4
แผนภาพที่ 4	แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. สู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กรปี 2561-2564	5
แผนภาพที่ 5	แสดงบริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564	9
แผนภาพที่ 6	แสดงเหตุผลในการเป็น “Learning Space for All” ของ ส.ส.ท.	10
แผนภาพที่ 7	แสดงนิยาม “Learning Space for All”	10
แผนภาพที่ 8	แสดงตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสารที่หลากหลายและทั่วถึง	14
แผนภาพที่ 9	แสดงการออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบสื่อสาธารณะ	15
แผนภาพที่ 10	แสดงแนวคิดการจัดพื้นที่เรียนรู้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต	15
แผนภาพที่ 11	แสดงแนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม	16
แผนภาพที่ 12	แสดงแนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัดผลได้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	17
แผนภาพที่ 13	การจัดกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความ เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน	17
แผนภาพที่ 14	แสดงทิศทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตามยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน”	18
แผนภาพที่ 15	แสดง Corporate Strategy Plan ปี 2561 ของ ส.ส.ท.	22
แผนภาพที่ 16	แสดง Operational Plan ปี 2561 ของ ส.ส.ท.	23
แผนภาพที่ 17	แสดงแผนดำเนินการปี 2561 ของ ส.ส.ท.	23
แผนภาพที่ 18	แสดงสัดส่วนเนื้อหาตามประเภท (Genre Base) ในปี 2560 และ ปี 2561	25
แผนภาพที่ 19	แสดงสัดส่วนแผนงานตามวาระหลัก (Key Issues Base) ในปี 2561	27

แผนภาพที่ 20	แสดงทิศทางของดิจิทัล	28
แผนภาพที่ 21	แสดงช่องทางออนไลน์และนวัตกรรม ในปี 2561 (1)	30
แผนภาพที่ 22	แสดงช่องทางออนไลน์และนวัตกรรม ในปี 2561 (2)	30
แผนภาพที่ 23	แสดงกลไกการบูรณาการเนื้อหาและช่องทาง แบบ “ครัวกลาง”	31
แผนภาพที่ 24	แสดงการบูรณาการของสำนักต่างๆ บนฐานของงานข่าวและวารสารศาสตร์	31
แผนภาพที่ 25	แสดงการบูรณาการของงานผลิตและสร้างสรรค์รายการ ของสำนักรายการ	32
แผนภาพที่ 26	แสดงภาพรวมของแนวคิดแผนยุทธศาสตร์ ปี 2561 “แตกต่างบนความยั่งยืน	40
แผนภาพที่ 27	แสดงประมาณการรายรับของ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561	50
แผนภาพที่ 28	แสดงประมาณการรายจ่ายงบประมาณประจำปี 2561	51
แผนภาพที่ 29	แสดงการเปรียบเทียบการตั้งงบประมาณปี 2559 – ปี 2561 ของ ส.ส.ท.	52
แผนภาพที่ 30	แสดงสัดส่วนงบประมาณด้านการผลิตเนื้อหาสำหรับช่องทางต่างๆ	53
แผนภาพที่ 31	แสดงการเปรียบเทียบงบประมาณตามภารกิจ ปี 2560– ปี 2561	54
แผนภาพที่ 32	แสดงการเปรียบเทียบงบประมาณสำนัก ปี 2560 – ปี 2561	54
แผนภาพที่ 33	แสดงแนวทางการบริหารแผนและงบประมาณ ปี 2561	57

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรและค่าเป้าหมายปี 2561 ที่สอดคล้องกับเป้าหมายปี 2561 ของ ส.ส.ท.	19
ตารางที่ 2	ตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร ส.ส.ท. พ.ศ. 2561 (Corporate KPIs 2018)	42
ตารางที่ 3	คำอธิบายตัวชี้วัดการปฏิบัติงานขององค์กร (Corporate KPI) ปี 2561	45
ตารางที่ 4	เปรียบเทียบงบประมาณตามวัตถุประสงค์การจัดสรรงบประมาณ ปี 2560 – ปี 2561	53
ตารางที่ 5	เปรียบเทียบงบประมาณตามประเภทการใช้งบประมาณ ปี 2560 – ปี 2561	55
ตารางที่ 6	เปรียบเทียบงบประมาณตามสำนัก ปี 2560 – ปี 2561	55

ส่วนที่ 1

กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท.

พ.ศ. 2561-2564

- ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ
- แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ
- วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)
- เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564
- ยุทธศาสตร์องค์การ (Strategy) ปี 2561-2564
- ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564
- ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564
- เป้าหมายปี 2561

ส่วนที่ 1

กรอบความคิดแผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564

ที่มาของแนวคิดการจัดทำแผนบริหารกิจการ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ส.ส.ท. ก่อเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่สังคมต้องการสื่อที่มีอิสระ มีความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รอบด้าน ถูกต้อง เป็นจริง เชื่อถือได้ มีสาระและคุณภาพ ยึดถือผลประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชนเป็นที่ตั้ง จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ขึ้น โดยมีเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ “โดยที่เป็นการสมควรให้มีองค์การสื่อสารสาธารณะซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้นำในการผลิตและสร้างสรรค์รายการข่าวสารคุณภาพสูงที่จะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและส่วนรวม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อส่งเสริมให้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแท้จริง และสมดุล มุ่งยกระดับการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและประเทศ และสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมืองและสังคมส่วนรวม ผ่านทางการบริการข่าวสารและสาระความรู้ นอกจากนี้ เพื่อให้องค์การเป็นผู้นำความรู้ในทางวิชาการต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาติที่ส่งเสริมให้คนในชาติมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและเกิดความรักชาติ ภูมิใจในภาษา วัฒนธรรม และท้องถิ่นของตนเอง และกระตุ้นและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์การผลิตรายการของผู้ผลิตรายการอิสระ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้”

ดังนั้น การกำหนดเป้าประสงค์ (Purpose) ของ ส.ส.ท. ภายในปี พ.ศ. 2564 ไปสู่การเป็น “พื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) โดยกำหนดให้ปี พ.ศ. 2561 เป็น “สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง” จึงสนองตอบเจตนารมณ์การก่อกำเนิดของ ส.ส.ท. เป็นอย่างยิ่ง อีกทั้ง ยังเป็นการแสดงพัฒนาการของสื่อสาธารณะในประเทศไทย ที่มุ่งเข้าสู่บทบาทของการสร้างการเรียนรู้ สร้างภูมิปัญญา ให้ประชาชน เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และมีศักยภาพที่จะร่วมสร้างความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม

แนวทางการจัดทำแผนบริหารกิจการ

1. นำทิศทาง และนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย ปี 2560 เป็นกรอบแนวทางไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

1.1 นโยบายเนื้อหาและการนำเสนอ

พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่างบนฐานขององค์ความรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทุกภาคส่วน และบูรณาการการนำเสนอทุกช่องทางสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์

1.2 นโยบายโครงสร้าง

ปรับโครงสร้าง กลไก และกระบวนการทำงานให้กระชับ คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากรให้มีกระบวนการทัศน์และทักษะที่เหมาะสมกับภาระงานที่เปลี่ยนแปลงไป และกำหนดค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถและผลการปฏิบัติงาน

1.3 นโยบายการเปลี่ยนแปลง

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ

1.4 นโยบายการมีส่วนร่วม

ดำเนินการให้สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ภาคีเครือข่าย และประชาชนทั่วไป มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการเสนอข่าว ผลิตรายการ การติดตามการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตลอดจนการขยายฐานผู้ให้บริการ

1.5 นโยบายความสัมพันธ์

ร่วมมือกับบุคคล หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชน บนพื้นฐานประโยชน์สาธารณะและการดำเนินการที่เป็นอิสระของสื่อสาธารณะ

1.6 นโยบายฐานข้อมูล

สร้างระบบฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ การนำเสนอข่าวสาร รายการที่เจาะลึกในทุกมิติอย่างรอบด้าน และให้ประชาชนสามารถเข้าถึงใช้ประโยชน์ได้

1.7 นโยบายการประเมินผล

พัฒนาเครื่องมือประเมินคุณภาพและความคุ้มค่าทางสังคมในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสื่อสาธารณะและเป็นที่รับรู้ของสังคมนอกเหนือจากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ

1.8 นโยบายการจัดการความเสี่ยง

มีแผนบริหารและจัดการความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ทั้งนี้ แผนบริหารกิจการ ปี 2561-2564 ได้นำนโยบายของกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

แนวทางการนำนโยบายของกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติ

1. นโยบายเนื้อหาและการนำเสนอ

แนวทาง

พัฒนาเนื้อหาให้แตกต่างบนฐานขององค์ความรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายทุกภาคส่วน และบูรณาการ การนำเสนอทุกช่องทาง การสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์

- มีระบบ "ครัวกลาง" เป็นกลไกพัฒนาเนื้อหาที่แตกต่าง
- มีระบบวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาเนื้อหา และฐานข้อมูลเพื่อบริการสาธารณะ
- สร้างการมีส่วนร่วมและคุณค่าร่วมในการพัฒนาเนื้อหาแบบ Co-Creation & Shared-Value Model
- พัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสาร

นำมาสู่การออกแบบเนื้อหาที่แตกต่าง ผ่านกลไก "ครัวกลาง"

3. นโยบายการเปลี่ยนแปลง

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเป็นโรงเรียนของสังคม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนการสื่อสารสันติภาพ

- มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มุ่งสร้างสันติภาพการสื่อสาร ที่มากไปกว่าข้อพิพาทขั้วขั้ว
- มีเนื้อหาและช่องทางสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- มีพื้นที่การเรียนรู้ และสร้างปัญญาให้กับสังคมในรูปแบบ On Air Online On Ground

นำมาสู่การสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ ที่ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างปัญญา

6. นโยบายฐานข้อมูล

สร้างระบบฐานข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ การนำเสนอข่าวสาร รายการที่เจาะลึกในทุกมิติอย่างรอบด้าน และให้ประชาชนสามารถเข้าถึงใช้ประโยชน์ได้

- มีระบบวิเคราะห์ข้อมูล และฐานข้อมูลสนับสนุน เพื่อพัฒนารูปแบบเนื้อหาให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- มีฐานข้อมูลเพื่อให้บริการสาธารณะ เชื่อมโยงเครือข่ายความรู้ และสร้างความยอมรับให้องค์การ

มีข้อมูลสนับสนุนการสร้างสรรค์เนื้อหาและการนำเสนอให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และมีบริการข้อมูลความรู้แก่สังคม

ไปสู่ยุทธศาสตร์แตกต่าง

แผนภาพที่ 1 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ "แตกต่าง"

4. นโยบายการมีส่วนร่วม



ไปสู่ยุทธศาสตร์ที่แตกต่างและยั่งยืน

5. นโยบายความสัมพันธ์

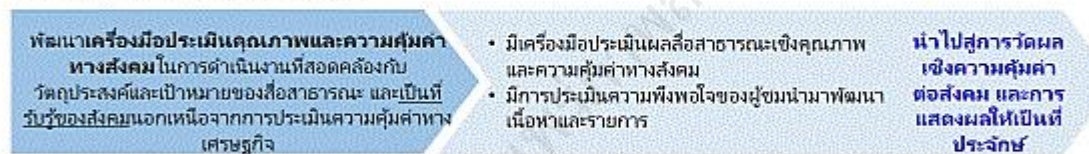


แผนภาพที่ 2 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “แตกต่าง” และ “ยั่งยืน”

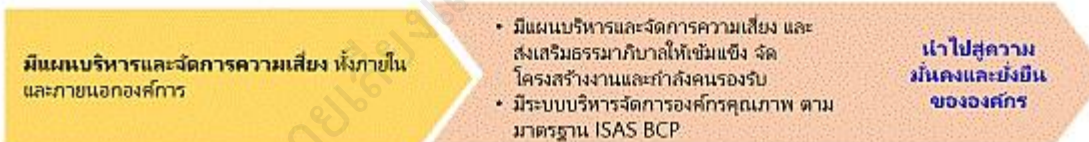
2. นโยบายโครงสร้าง



7. นโยบายการประเมินผล



8. นโยบายการจัดการความเสี่ยง



แผนภาพที่ 3 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การปฏิบัติในการสร้างความ “ยั่งยืน” ขององค์กร

แนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. ไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กร



แผนภาพที่ 4 แสดงแนวทางการนำนโยบาย ส.ส.ท. สู่การกำหนดยุทธศาสตร์องค์กรปี 2561 - 2564

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน

เป็นการประมวลสถานการณ์สำคัญๆ ในปัจจุบันและคาดการณ์ในระยะสี่ปี (พ.ศ. 2561-2564) ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในฐานะสื่อสาธารณะของ ส.ส.ท. ดังนี้

สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในระดับโลก ระดับประเทศ และกระทบถึงการดำเนินชีวิตของประชาชนในระดับต่างๆ ซึ่งประชาชนต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง นับตั้งแต่ความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในระดับโลกที่เป็นไปอย่างก้าวกระโดด เป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิตของคน ทำให้เกิดสาขาอุตสาหกรรมและบริการใหม่ๆ ที่ผสมผสานการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หลากหลายสาขามนุษย์จะสามารถเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัด มีการแข่งขันแรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีและมีทักษะหลายด้านในตลาดแรงงาน การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มีตลาดเกิดใหม่ที่มีบทบาทสูงขึ้น ตลาดการเงินโลกเข้าสู่สถานการณ์ไร้พรมแดน การก่อการร้ายอาชญากรรมข้ามชาติ และอาชญากรรมทางไซเบอร์จะทวีความรุนแรงและมีวิธีการที่ซับซ้อนมากขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลกส่งผลต่อเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินชีวิต อาจก่อให้เกิดการแย่งชิงประชากรวัยแรงงานโดยเฉพาะคนที่มีศักยภาพสูง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น ส่งผลต่อการผลิตในภาคเกษตรและความมั่นคงด้านอาหารและน้ำ

สถานการณ์ในประเทศไทย โครงสร้างเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการมากขึ้น ภาคการผลิตมีการสั่งสมองค์ความรู้และปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันเกิดความเหลื่อมล้ำในมิติต่างๆ เช่น ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี การเข้าถึงอำนาจในการจัดการทรัพยากร ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่สูงมากทั้งหนี้สินในระบบและนอกระบบ โดยเฉพาะครัวเรือนที่เป็นเกษตรกรและแรงงาน (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52.4 เป็นร้อยละ 80 ในช่วงปี 2551 - 2560)

ทั้งนี้โครงสร้างประชากรไทยเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา และจะเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในปี 2564 ซึ่งในปี 2559 มีประชากรไทยทั้งหมด 65.3 ล้านคน มีสัดส่วนวัยเด็กร้อยละ 17.82 วัยแรงงานร้อยละ 65.67 และวัยสูงอายุร้อยละ 16.70 เมื่อถึงปี 2564 สัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 19.8 ขณะที่สัดส่วนวัยเด็กและวัยแรงงานจะลดลงเหลือร้อยละ 16.6 และ 64.1 ตามลำดับ ซึ่งมีผลต่อความมั่นคงทางสังคม สุขภาพ การเงิน และอัตราการพึ่งพิง รวมถึงคุณภาพคนไทยทุกกลุ่มวัยยังมีปัญหาในเรื่องของการพัฒนาการและสติปัญญาตั้งแต่วัยเด็ก การขาดทักษะความรู้ความสามารถที่ส่งผลต่อผลิตภาพแรงงานของประเทศ คุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ของคนไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ สะท้อนมาจากคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นพื้นฐาน (O-NET) ในปี 2558 พบว่า มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 และผลคะแนนสอบ PISA ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าอีกหลายประเทศที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกัน เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องหลักสูตรระบบการเรียนการสอนที่ ปัจจัยสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนและครูที่มีคุณภาพยังกระจายไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล

นอกจากนี้สังคมไทยยังมีปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรม โดยผลสำรวจของศูนย์คุณธรรมร่วมกับนิด้าโพล ปี 2557 พบว่าปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรมที่ประชาชนมากกว่าร้อยละ 50 เห็นว่าสำคัญที่สุด คือ ความซื่อสัตย์ สุจริต การทุจริตคอร์รัปชัน และประชาชนกว่าร้อยละ 90 เห็นว่าจำเป็นต้องส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมโดยเร็วที่สุด ขณะที่การสำรวจการยอมรับพฤติกรรมทางสังคมของคนไทยที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป ในปี 2557 เรื่องพฤติกรรมของการมีวินัย เช่น การข้ามถนนโดยใช้สะพานลอยหรือข้ามทางม้าลาย พบว่า กว่าร้อยละ 45 ทำเป็นบางครั้งหรือไม่ทำเลย

ในด้านการเมือง การประกาศใช้รัฐธรรมนูญ 2560 เป็นรัฐธรรมนูญ ฉบับที่ 20 เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2560 นับเป็นหลักหมุดสำคัญที่เป็นการเริ่มต้น “โรดแมป” อย่างเป็นทางการ และจะมีการตรากฎหมายลูก หรือร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ จำนวน 10 ฉบับ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง และการเข้าสู่อำนาจของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง อาจจะมีการประกาศใช้ได้ประมาณเดือนสิงหาคม ถึงกันยายน 2561 ขณะเดียวกันก็เป็นการเริ่มต้นในเรื่องการปฏิรูปและการวางยุทธศาสตร์ของประเทศ ซึ่งรัฐธรรมนูญ 2560 ได้บรรจุกลไกการปฏิรูปประเทศอยู่ในหมวดที่ 16 มาตรา 257-261 และการวางยุทธศาสตร์ชาติ ที่มาตรา 65 กำหนดให้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติขึ้นเพื่อเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน

ในด้านนโยบายรัฐ ได้วางแนวทาง การปฏิรูปประเทศ ไว้ 5 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านความมั่นคง ด้านการต่างประเทศ และด้านกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม และการบริหารราชการแผ่นดิน โดยดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ซึ่งกำหนด วิสัยทัศน์ “ประเทศมีความ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมียุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน 6 ยุทธศาสตร์ คือ

1. ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง
2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
3. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
4. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางสังคม
5. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ความเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร มีส่วนกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนในสังคมที่บุคคลทั่วไปมิได้เป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่มีส่วนเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วย ในขณะที่สื่อหลักและสื่ออาชีพก็เกิดขึ้นจำนวนมากและอยู่ในภาวะที่ต้องแข่งขันแย่งชิงผู้ชมผู้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ในด้านรายได้ จึงมักให้ความสำคัญกับการผลิตข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องใจผู้รับข่าวสารมากกว่าการเน้นความถูกต้องหรือสารประโยชน์อย่างจริงจัง พร้อม ๆ กับการเลือนไหลของกระแสวัฒนธรรมโลกที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และเกิดการสร้างวัฒนธรรมร่วมสมัย แต่อาจก่อให้เกิดวิกฤตทางวัฒนธรรมเนื่องจากขาดการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดี และการท่วมล้นของข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารยากที่จะคัดกรองและเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีคุณภาพ

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในมิติต่างๆ ส่งผลกระทบถึงประชาชนทุกระดับ ซึ่งประชาชนต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยสื่อสาธารณะต้องมียุทธศาสตร์สำคัญในการทำหน้าที่สร้างการเรียนรู้ให้ประชาชนก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้สามารถอยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงได้พร้อมกับการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สถานการณ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การแข่งขันและภาวะความอยู่รอดของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ถือว่าอยู่ในขั้นวิกฤต เห็นได้จากผลประกอบการที่ขาดทุนอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 24 ช่อง ขาดทุนเฉลี่ย 1,138 ล้านบาท (จาก 4 ราย) มีเพียง 2 ช่องทีวีเท่านั้นที่มีผลประกอบการที่มีกำไร (ทีมา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์) ทั้งนี้ปัจจัยที่สำคัญคือ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ข้อมูลจากผลการวิจัย “พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน” ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในช่วงเดือนกรกฎาคม 2559 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 800 คน ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ช่วงอายุ ได้แก่ เจนเนอเรชัน Y อายุระหว่าง 19-36 ปี 65.1% เจนเนอเรชัน X อายุระหว่าง 37-51 ปี 21% เบบี้บูมเมอร์ อายุระหว่าง 52-70 ปี 7.5% และ เจนเนอเรชัน Z อายุระหว่าง 12-18 ปี 6.4% พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) บ่อยที่สุดคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.13 (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) รองลงมาคือดูโทรทัศน์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.81 และเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันข่าว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.15

การทบทวน พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 เมื่อครบ 10 ปี ในปี พ.ศ. 2561

มาตรา 51 แห่ง พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ได้กำหนดว่า “อย่างน้อยทุก ๆ สิบปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้องค์การเสนอให้มีการทบทวนที่มาของรายได้และสัดส่วนของเงินบำรุงองค์การให้มีความเหมาะสมกับความจำเป็นในการดำเนินการกิจขององค์การ ทบทวนถึงความเหมาะสมในการให้องค์การนำส่งเงินสะสมส่วนที่เกินจากความเป็นกลับคืนเพื่อเป็นรายได้แผ่นดินหรือจัดสรรคืนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม และทบทวนการสร้างและส่งเสริมการสื่อสารสาธารณะของประชาชนผ่านการดำเนินการกิจขององค์การ รวมทั้ง เสนอให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง” ดังนั้น ในวาระที่ดำเนินการมาครบ 10 ปี ส.ส.ท. จะต้องดำเนินการให้มีการประเมินผลการดำเนินการในปี 2561 ทั้งในด้านการส่งเสริมการสื่อสารสาธารณะและความเหมาะสมของงบประมาณ รวมทั้งข้อเสนอในประเด็นการทบทวน พ.ร.บ.องค์การให้สอดคล้องกับบริบทและภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งหนุนเสริมการดำเนินการขององค์การให้สามารถทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. วิเคราะห์ผลประเมิน และการบริหารจัดการงบประมาณ ปี 2559 ของ ส.ส.ท.

¹จากรายงานของผู้ประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ประจำปี 2559 ตามมาตรา 50 แห่งพระราชบัญญัติการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มีประเด็นที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

- เนื้อหารายการของไทยพีบีเอส มีความเป็นสาระสูง ถูกจริตกับกลุ่มผู้นำทางความคิดซึ่งเป็นชนชั้นกลาง มากกว่าที่จะเป็นกลุ่มคนรากหญ้า ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ในสังคม อันสะท้อนให้เห็นถึงเนื้อหารายการดังกล่าวที่มีการเข้าถึงมวลชนในระดับที่ต่ำ แต่เข้าถึง Change agents ในระดับที่สูง นับเป็นเรื่องที่น่าวิตกกังวลถึงเจตนากรณีในการจัดตั้งสื่อสาธารณะที่จำเป็นต้องผลิตรายการเพื่อรับใช้สาธารณะ ซึ่งหัวใจก็คือประชาชนทุกภาคส่วนในสังคม

- การจัดผังรายการในรูปแบบของโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ซึ่งปรากฏอยู่โดยทั่วไปที่มักนิยมนำเอารายการประเภทข่าวและภาคบันเทิงไว้ออกอากาศในช่วงภาคค่ำ (Evening Program) ซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด (Prime time) จะทำให้เกิดสภาพการแข่งขันในสนามเดียวกันของสื่อสาธารณะกับสื่อเชิงพาณิชย์โดยไม่ตั้งใจ ซึ่งจะไม่เป็นผลดีทั้งในแง่ของการเปรียบเทียบเชิงความนิยม (Rating) ระหว่างรายการ ความหลากหลายของรายการ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของทางสถานีได้ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ได้ถูกสะท้อนผ่านข้อมูลที่ได้จากการประมวลความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสถานีทั่วประเทศ จากการจัดทำของสภาผู้ชมผู้ฟังรายการว่า รายการไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพราะเวลาออกอากาศ กับเวลาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการชมไม่สอดคล้องกัน

- ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดของสื่อสาธารณะเพื่อขยายฐานผู้ชม ในขณะเดียวกันการขยายฐานกลุ่มวัยรุ่นนั้น ควรเน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่นที่เฝ้ารู้ ในด้านต่างๆ เพื่อสร้างพลเมืองตื่นรู้ (Active Citizen) รุ่นต่อไป

- การวัดความนิยม (Rating) ควรทำควบคู่กันทั้งในด้านการวัดความนิยมในเชิงการตลาด และสร้างมาตรวัดความนิยมที่เหมาะสมในฐานะสื่อสาธารณะ รวมทั้งสร้างเกณฑ์ในการศึกษาพฤติกรรมการรับชมของพลเมืองตื่นรู้ (Active Citizen) และกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลการรับชมจากสภาผู้ชมผู้ฟังที่เหมาะสม และทันต่อการพัฒนารายการในแต่ละไตรมาส

- ควรมีการวิจัยที่เป็นรูปธรรม เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการปรับผังรายการ และการสร้างสรรค์ เนื้อหา เพื่อนำเสนอในช่องทางและช่วงเวลาที่เหมาะสม และเพิ่มการทำงานประเด็นเชิงสังคมมากขึ้นโดยปรับการนำเสนอให้น่าสนใจด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ

- มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการปรับตัวเข้ากับการแข่งขันทางการตลาด ภายใต้มาตรฐานความเป็นสื่อ สาธารณะสมัยใหม่บนภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

นอกจากนี้ สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ส.ส.ท. ได้จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นในช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน 2560 และได้รับรวบรวมข้อเสนอจากประชาชนมาเสนอต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย ดังนี้

ข้อเสนอการรับฟังความคิดเห็นเพื่อพัฒนาคุณภาพข่าวและรายการ

- ควรรวบรวมข้อมูลที่มีผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง มานำเสนอแบบที่กระชับและเข้าใจง่าย
- ควรกำหนดเป้าหมายของผู้ชมให้ชัดเจนและมีผู้ชมมากพอที่จะผลักดันและขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
- นำหลักการความต้องการของผู้ชม (Insight Needs) มาวางแผนผลิตรายการ
- รายการที่ควรมีความต่อเนื่องเพื่อสร้างการติดตาม ไม่ปรับเปลี่ยนผังรายการบ่อยเกินไป และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่าน Application หรือ Social media

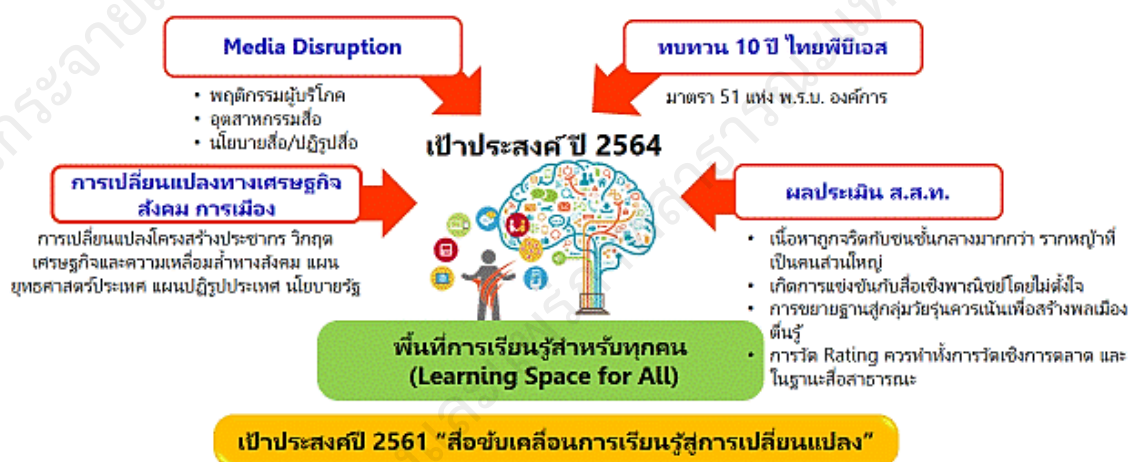
¹ ที่มา : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

- พัฒนาเครือข่ายหรือสร้างความร่วมมือกับกลุ่มแฟนเพจ จัดการปัญหาข่าวเท็จ
- ข้อเสนอด้านการขับเคลื่อนเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม
- กำหนดให้การปฏิรูปการศึกษาเป็นวาระที่สำคัญของ ส.ส.ท.
- สร้างและขึ้นทะเบียนนักข่าวพลเมืองเพื่อเป็นครูในการสอนและขยายความเป็นนักข่าวพลเมือง

ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเป็นข้อมูลแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของ ส.ส.ท.

- สนับสนุน “การสื่อสารพลังบวก”
- เป็นสื่อกลางหรือพื้นที่เปิดเพื่อใช้สื่อสารสร้างความเข้าใจกันในสังคม
- เป็น “คลังความรู้” รวบรวมเหตุการณ์ เรื่องราวความรู้ในรายการต่างๆ จัดทำเป็นชุดความรู้
- เป็นแหล่งผลิตนักสื่อสารพลเมืองที่มีความรู้ ความเข้าใจในการเสพสื่อ ใช้สื่อ และผลิตสื่อ
- ควรขยายและพัฒนาช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุมตามภารกิจขององค์กร
- พื้นที่ “เพื่อนสื่อสารสาธารณะ” กลับคืนมาเพื่อเป็นผู้ร่วมสื่อสาร สนับสนุน และใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ
- มีระบบการติดตามและรวบรวมผลงานจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
- มีระบบการสื่อสารที่ทำให้สภาผู้ชมฯ และเครือข่ายรับรู้ข้อเสนอก่ที่เกิดขึ้นจากการรับฟังความคิดเห็นได้มีการนำไปใช้ประโยชน์

บริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564



แผนภาพที่ 5 แสดงบริบทแวดล้อมที่นำเข้าสู่แผนบริหารกิจการ ส.ส.ท. พ.ศ. 2561-2564

การเป็น Learning Space for All ของ ส.ส.ท.

เน้นความสำคัญของบทบาทการเป็นสื่อสาธารณะ ที่มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม ด้วยการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้และแปลงไปสู่ภูมิปัญญา ให้ประชาชนในสังคมได้ตระหนัก และมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง โดย ส.ส.ท. มีบทบาทเป็นผู้สื่อสารเพื่อสร้างการเรียนรู้ จุดประกายสร้างแรงบันดาลใจ และสนับสนุนทิศทางการขับเคลื่อน

WHY : LEARNING SPACE FOR ALL

สื่อสาธารณะ คือความหวังของการทำงานคุณภาพ สร้างสรรค์สังคมที่ดี ด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่ดี โดยไม่ถูกบีบรัดจากระบบการอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และครอบงำจากรัฐ



แผนภาพที่ 6 แสดงเหตุผลในการเป็น “Learning Space for All” ของ ส.ส.ท.

Long-term Purpose

: The Definition of LEARNING SPACE FOR ALL

Learning Space	for ALL
- Thai PBS เป็นมากกว่าสื่อ แต่เป็นสถาบันที่เป็นที่พึ่งของสังคมในการเสริมสร้างความรู้ ความคิด ความเข้าใจ สร้างพลเมืองที่ดีของสังคม และวิถีชีวิตแบบ Life long learning ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของสังคม Sustainability - Thai PBS ไม่ใช่การเรียนทางไกล แต่การเรียนรู้ที่ดีที่สุด คือการเรียนรู้โดยไม่รู้ตัว ไม่ถูกบังคับให้เรียน ไม่รู้สึกว่าการสั่งสอน ภายใต้อัลลีการ <i>Tell me and I forget, Teach me and I remember, Involve me and I learn. Ben Franklin</i> - คำว่า Space หมายถึงพื้นที่ ซึ่งสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดว่า เป็นสื่อหรือไม่ สื่อแบบไหน บน Platformใด ณ ปัจจุบัน การสร้างการเรียนรู้ทั้ง On Air Onlineและ On Ground ในอนาคตอาจมีนวัตกรรมรูปแบบอื่นเกิดขึ้น	- Thai PBS มีรากฐานมาจากภาษีประชาชน ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือประชาชนที่เป็น Mass หมายถึงทุกเพศ ทุกวัย - กลุ่มเป้าหมายรองคือ พลเมืองผู้ตื่นรู้ และคนที่ขาดโอกาสในการมีพื้นที่แสดงความคิดเห็น ตัวตน กลุ่มคนที่ขาดการเหลียวแลจากสื่อกระแสหลัก - ในขณะที่ Digital Disruption ทำให้การบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปมากมาย ดังนั้น การเข้าถึงทุกกลุ่มจึงอาจใช้ Platform ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้รับสารแต่ละกลุ่มมากที่สุด จาก Broadcast→ On Air +On Line + On Ground = Total Space

แผนภาพที่ 7 แสดงนิยาม “Learning Space for All”

วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission)

กำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ ของพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 โดยประกาศใช้มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551

วัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

- (1) ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม บนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารเที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ
- (2) ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สารประโยชน์ทางการศึกษา และสาระบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์
- (3) ส่งเสริมความรู้ให้แก่ประชาชนให้ก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อประโยชน์ทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นผ่านทางการให้บริการข่าวสารและสารประโยชน์อื่น
- (4) ส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารเพื่อสร้างสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนได้รับอย่างเท่าเทียมกัน
- (5) สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดทิศทางการให้บริการขององค์การเพื่อประโยชน์สาธารณะ
- (6) สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์อื่นๆ
การดำเนินการตาม (2) (3) (4) และ (5) ให้คำนึงถึงการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรมของประชาชน

วิสัยทัศน์

“ มุ่งมั่นเป็นสถาบันสื่อสาธารณะ ที่สร้างสรรค์สังคมคุณภาพและคุณธรรม ”

พันธกิจ

“ ให้บริการข้อมูลข่าวสาร สารประโยชน์ สารบันเทิงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน
ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมองค์การ เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง
โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ ”

เป้าประสงค์ ปี 2561 -2564

ส.ส.ท. กำหนดเป้าประสงค์ (Purpose) ขององค์การฯ ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ. ส.ส.ท. วิสัยทัศน์-พันธกิจ ความสอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย และสะท้อนบทบาทของ ส.ส.ท. ภายใต้บริบทและสภาพแวดล้อม ดังนี้

เป้าประสงค์ (Purpose)

ในปี 2564 “พื้นที่เพื่อการเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All)”

ในปี 2561 “สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง”

เพื่อให้ไปสู่เป้าประสงค์ขององค์การ ส.ส.ท. ได้กำหนดกรอบทิศทางของยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปีขึ้น (พ.ศ. 2561 – 2564) เพื่อให้สามารถวางแผนยุทธศาสตร์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดแผนบริหารกิจการระยะ 1 ปี ที่มีแผนปฏิบัติการ โครงการ และแผนงบประมาณ ซึ่งจะมีการทบทวนทุกๆ 1 ปี

ยุทธศาสตร์องค์การ (Corporate Strategy)

“แตกต่างบนความยั่งยืน”

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์ มีดังนี้

1. ยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง

ส.ส.ท. หรือ ไทยพีบีเอส ต้องเป็นสื่อกระแสหลักที่มีความแตกต่างในบทบาทและมีที่ยืนในสื่อไทย สะท้อนหลักการและคุณค่าของสื่อสาธารณะ ไม่ใช่แค่สื่อทางเลือก โดยเสนอเนื้อหาที่เที่ยงตรง เป็นธรรม รอบด้าน ทำให้คนเชื่อถือได้ ไม่เสนออยู่แค่ปรากฏการณ์ แต่ไปถึงเบื้องหลังเบื้องลึกและอยู่บนหลักจรรยาบรรณ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญยิ่งที่ไทยพีบีเอสจะต้องแสดงจุดยืนที่แตกต่างออกมา ในท่ามกลางสถานการณ์ที่วิถีดิจิทัลแต่ละช่องต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอดจึงมีแนวโน้มที่จะเสนอเนื้อหาที่เอาใจตลาดแบบเร้าอารมณ์มากกว่าการเน้นคุณภาพและสารประโยชน์ และในท่ามกลางข้อมูลข่าวสารมหาศาลที่วิ่งกระจายอยู่ในสื่อใหม่ คนจะยิ่งกระหายข้อมูลที่เขาเชื่อถือได้ ไทยพีบีเอสจึงต้องเร่งสร้างตัวเองให้เป็นสื่อที่ได้รับความศรัทธาและความไว้วางใจอันดับต้นๆของสังคมให้ได้ เช่นเดียวกับสื่อสาธารณะของสากลที่กำหนดเรื่องความน่าเชื่อถือไว้เป็นเครื่องแสดง (Marker) ของความแตกต่าง และเป็นจุดแข็งของสื่อสาธารณะ และต้องเน้นลงทุนในรายการที่มีคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมที่ถูกรองรับด้วยการทดสอบจาก Media Lab หรือการวิจัยคู่ขนานไปกับการเปิดโอกาสให้มีกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ ได้เกิดขึ้น บนแพลตฟอร์มใหม่ๆ ที่ออกแบบให้ดึงดูดนักสร้างสรรค์ใหม่ๆ ได้จำนวนมาก

ไทยพีบีเอส จะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มรายการที่สื่อพาณิชย์อื่นๆอาจละเลย ได้แก่ รายการคุ้มครองผู้บริโภคและประชาชน รายการเด็กที่ต้องครอบคลุมเด็กทุกกลุ่มและมุ่งสร้างเด็กให้เป็นพลเมืองรุ่นใหม่ที่มี

คุณภาพ รวมทั้งรายการสำหรับคนรุ่น Millennium หรือคนวัย 15-35 ปี โดยใช้ช่องทาง Online และ Content-based marketing อย่างที่เข้าถึงความสนใจของคนกลุ่มนี้ นอกจากนี้จะมุ่งตอบสนองผู้ชมทั่วไปแล้ว ไทยพีบีเอส จะเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งตอบสนองผู้ชมเฉพาะกลุ่มโดยแยกเนื้อหาและช่องทางตามความสนใจและพฤติกรรมของแต่ละกลุ่ม (Personalized Products) รวมทั้งมีรายการที่นำเสนอค่านิยมร่วมของสังคม (Social Shared-value products) ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ตลอดจนรายการที่วางแผนและผลิตร่วมกับหุ้นส่วน ยุทธศาสตร์ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นสังคมร่วมกัน

นอกจากนั้น ส.ส.ท. จะขับเคลื่อนสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยจะใช้พื้นที่สื่อทุกช่องทาง และพื้นที่ทางกายภาพที่มีอยู่ (ทั้งสำนักงาน ถ.วิภาวดีรังสิต กรุงเทพมหานคร และ ศูนย์ภูมิภาคทั้ง 3 แห่ง) เพื่อเปิดให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้ของสังคมอย่างเต็มที่อีกด้วย

2. ยุทธศาสตร์สร้างความยั่งยืน

สื่อสาธารณะก่อเกิดมาด้วยความยากลำบาก และเป็นที่ยิ่งของสังคมไทย การทำให้ ส.ส.ท. มีความแตกต่างและยั่งยืน จะต้องทำให้ ส.ส.ท. หรือไทยพีบีเอสเป็นแบรนด์ที่ไว้วางใจได้ของประชาชน (Trusted Brand) ทั้งในเรื่องขีดความสามารถในการทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะ ความมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และธรรมาภิบาล ควบคู่ไปกับการนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อถือได้ รวมทั้งจะต้องสร้างคนไทยพีบีเอสให้มีจิตสำนึกสาธารณะ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะการทำงานหลากหลายข้ามสายงานได้ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแบบ One Team โดยต่อยอดจาก SPIRIT of Thai PBS

นอกจากนั้น ส.ส.ท. จะต้องยกระดับความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic Partners) ที่เป็นเจ้าของสื่อสาธารณะร่วมกัน ทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ เอกชน องค์กรสื่อ สื่อท้องถิ่น ผู้ผลิตอิสระ สื่อวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคง ร่วมไปกับกลไกเดิมที่มีอยู่แล้ว คือ สภาผู้ชมผู้ฟังฯ ศูนย์เพื่อนไทยพีบีเอส และนักข่าวพลเมือง

เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ ส.ส.ท. จะต้องมีแผนงานด้าน Branding และ Social Marketing (รณรงค์เพื่อสื่อสาธารณะ) โดยเน้นบูรณาการทุกช่องทางสื่อ รวมทั้งจะต้องใช้ข้อมูลและวิชาการเพื่อวางแผน ประเมิน และแสดงให้เห็นความคุ้มค่าในมิติต่างๆ ทั้งด้านการศึกษาวิจัยผู้ชมผู้ฟัง (Audience analysis) การศึกษาติดตามเชิงลึกกลุ่มผู้ชมผู้ฟังเป้าหมาย (Audience journey) การประเมินผลลัพธ์และความคุ้มค่าให้สังคมประจักษ์ ด้วยเครื่องมือวัดผลเชิงคุณภาพ เช่น SROI (Social Return On Investment) ผลผลิตในแง่คุณภาพของเนื้อหา ความพึงพอใจและการประเมินคุณค่าจากภาคีหุ้นส่วน หรือผลลัพธ์ตามคุณค่าหลัก (Core values) ขององค์การ

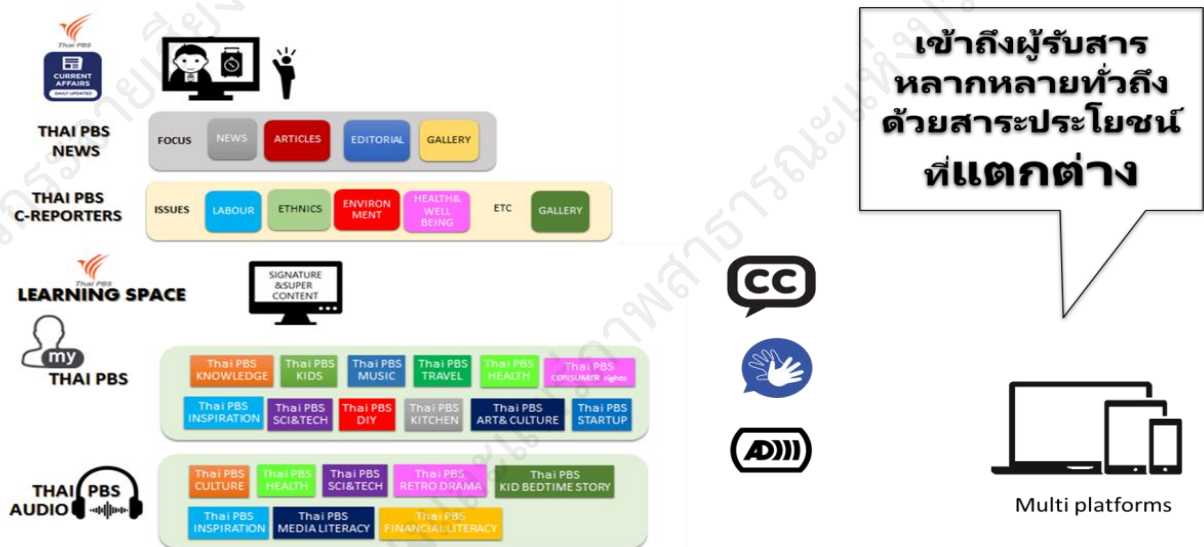
ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ปี 2561-2564

ภายใต้ยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน” ส.ส.ท.ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ไว้ 4 ประการ ดังนี้

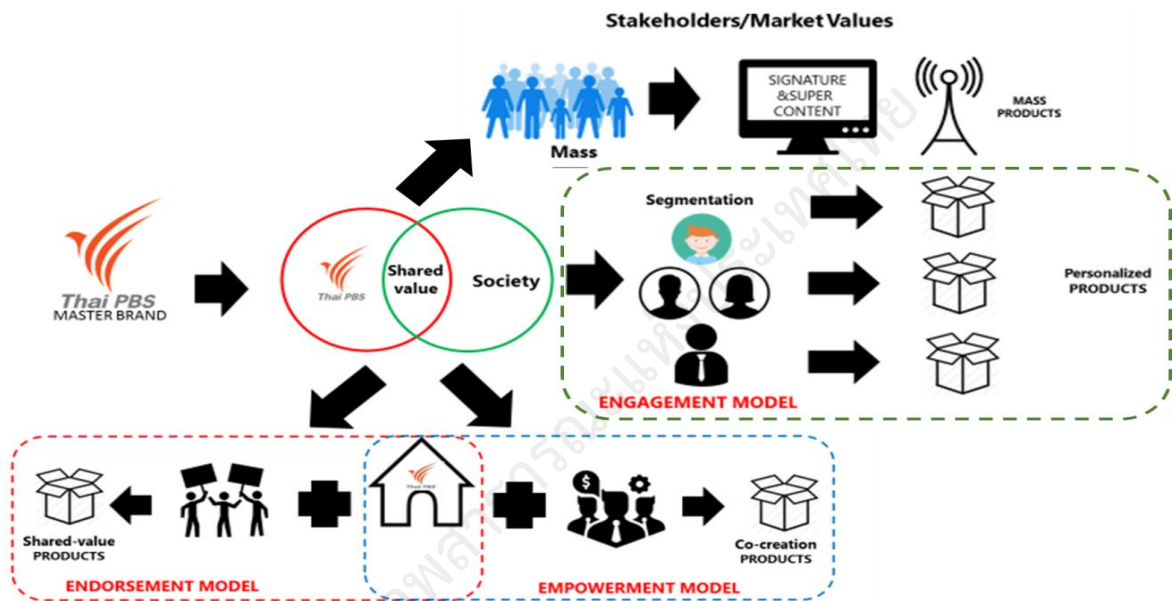
1. **เข้าถึงผู้รับสาร/ผู้สื่อสารหลากหลายทั่วถึงด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง** ไทยพีบีเอสมุ่งสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Products & Services) ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความหลากหลายของผู้ชมที่มีความต้องการรับและใช้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ด้วยช่องทางสื่อที่เป็นความนิยมหรือสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่ม โดยจะมีผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชมทั่วไป (Mass Products) ทั้งการให้บริการข่าว รายการภาคพลเมือง รายการสารประโยชน์ สารบันเทิง ที่นำเสนอผ่านทุกช่องทางสื่อ และผลิตภัณฑ์แบบ On Demand สำหรับกลุ่มที่สนใจเฉพาะเรื่อง หรือ Personalized Products ที่ผู้ชมสามารถเลือกรับชมได้แบบทุกที่ทุกเวลา (Anytime

Anywhere) ซึ่งจะอยู่บนช่องทางสื่อ Online เป็นหลัก เช่น Thai PBS KNOWLEDGE, Thai PBS KIDS, Thai PBS INSPIRATION, Thai PBS SCI&TECH, Thai PBS HEALTH, Thai PBS TRAVEL, Thai PBS MUSIC เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้ออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ในด้านของสารประโยชน์ที่สะท้อนคุณค่าสื่อสาธารณะไว้ 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ 1) รูปแบบการมีส่วนร่วมบางส่วน (Engagement model) เป็นการวางแผนผลิตงานที่สนองตอบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Personalized products) ซึ่งสามารถวัดผลจากจำนวนผู้ชม ผู้มีส่วนร่วมใน Online 2) รูปแบบการสนับสนุนเชิงคุณค่า (Endorsement model) เป็นการวางแผนผลิตงานตามประเด็นที่เป็นคุณค่าของสังคม (Shared-value products) ในแต่ละช่วงเวลา สามารถวัดผลจากจำนวนผู้ชม ผู้มีส่วนร่วม และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการให้คุณค่าต่อเรื่องที่สื่อสาร และ 3) รูปแบบสนับสนุนเชิงกระบวนการ (Empowerment model) เป็นการกำหนดผลิตภัณฑ์ที่เป็นการผลิตแบบสร้างสรรค์ร่วมกับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ (Co-creation products) เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นนั้นๆ สามารถวัดผลจากจำนวนผู้ชม การรับรู้และทัศนคติของประชาชน และความพึงพอใจของหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ รูปแบบที่สอง และสาม นับเป็นแนวทางการทำงานแบบสื่อสาธารณะ ที่จะทำ ส.ส.ท. มีความแตกต่างและสามารถสร้างคุณค่าให้แก่สังคมตามที่กำหนดไว้ได้

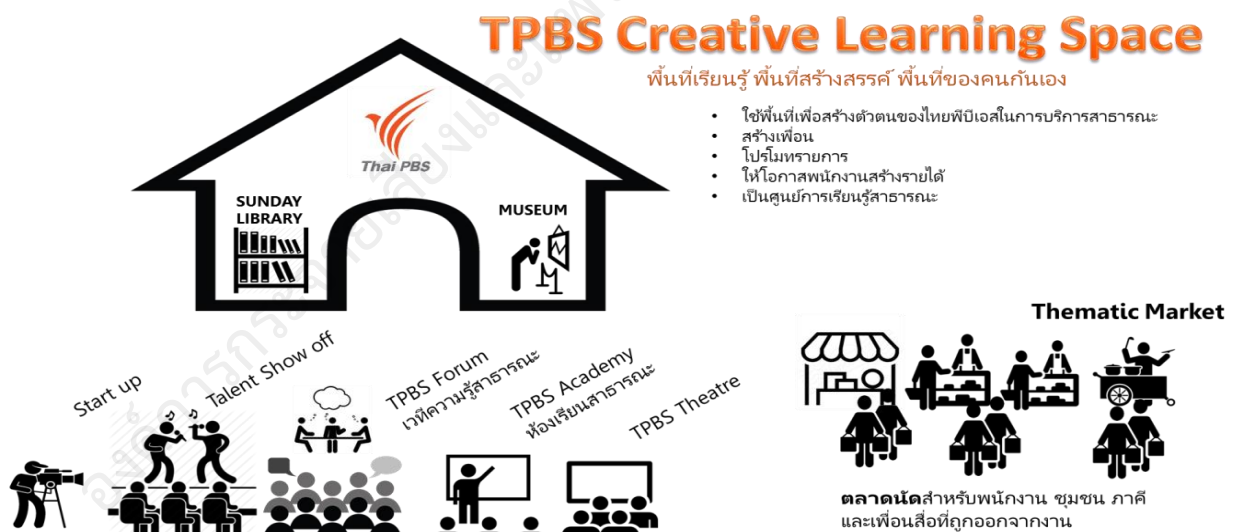


แผนภาพที่ 8 แสดงตัวอย่างการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านผู้รับสาร/ผู้สื่อสารที่หลากหลายและทั่วถึง



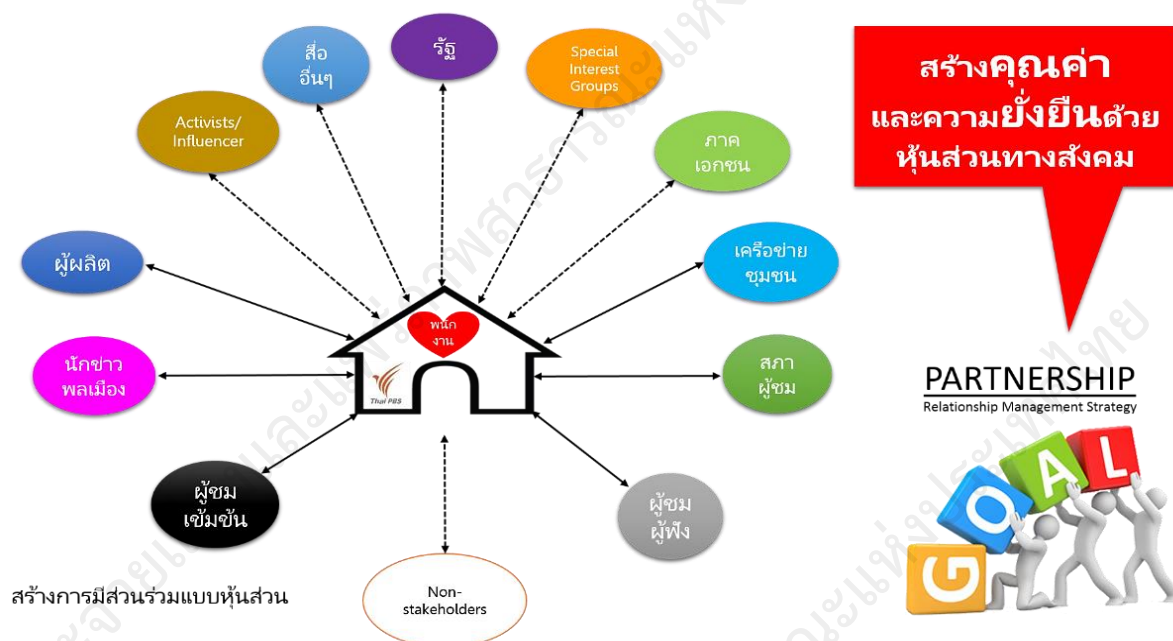
แผนภาพที่ 9 แสดงการออกแบบแนวคิดการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านสารประโยชน์และคุณค่าแบบสื่อสาธารณะ

2. สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของโลก ปัจจุบันที่มีพลวัตสูง ความรู้จะช่วยพัฒนาให้คนก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ของสังคม และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ทำให้ก้าวไปสู่สังคมคุณภาพและคุณธรรมได้ ส.ส.ท. จึงมุ่งสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเปิดพื้นที่การเรียนรู้สำหรับทุกคน (Learning Space for All) ผ่านสื่อทุกช่องทางของ ส.ส.ท. และเปิดพื้นที่ทางกายภาพ เช่น ศูนย์การเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ ที่สำนักงานใหญ่และศูนย์ข่าวในภูมิภาค (Location-Based Learning Space) รวมทั้งสนับสนุนการเปิดพื้นที่เรียนรู้ในชุมชนที่ ส.ส.ท. ไปร่วมทำงานขับเคลื่อนด้วย (Community-based Learning Space) และเชื่อมโยงการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรการอบรม งานวิจัย งานเผยแพร่ความรู้ต่างๆ (Academy-based Learning Space) ทั้งในรูปแบบที่ ส.ส.ท. ดำเนินการเอง และที่เป็นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



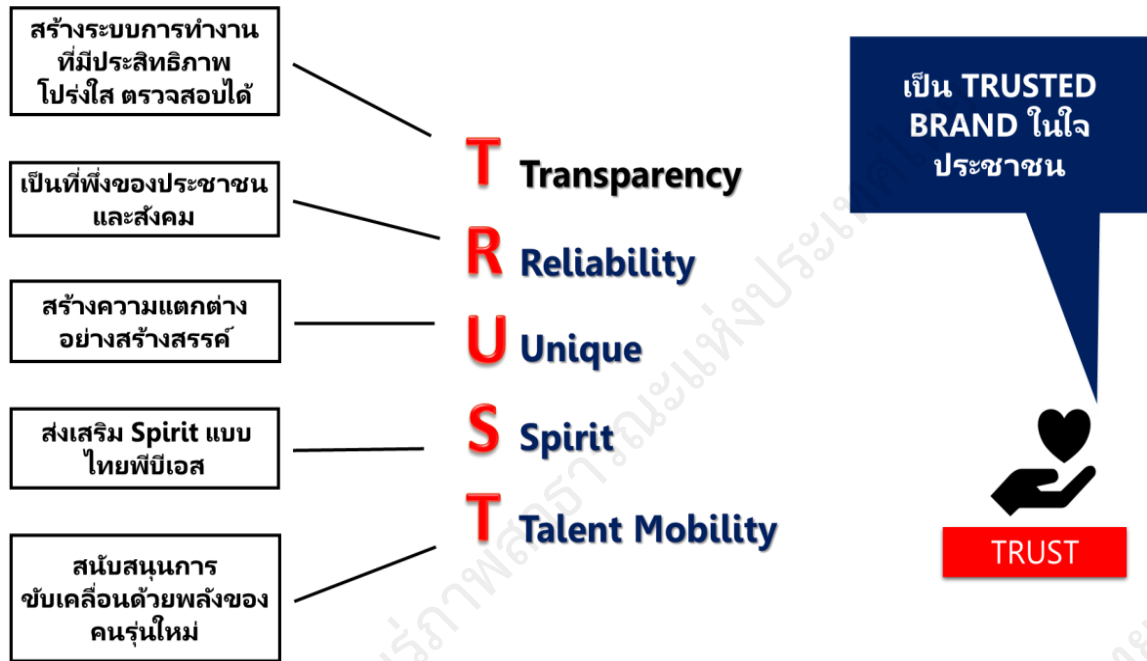
แผนภาพที่ 10 แสดงแนวคิดการจัดพื้นที่เรียนรู้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

3. สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม ส.ส.ท. จะขยายภาคีเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน ทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ เอกชน องค์กรสื่อ สื่อท้องถิ่น ผู้ผลิตอิสระ สื่อวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศ รวมทั้งจะยกระดับความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic partners) ที่จะขับเคลื่อนสังคมไปร่วมกันบนพื้นฐานความเป็นอิสระและยึดผลประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง พร้อมกับการหนุนเสริมให้สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเป็นกลไกที่เข้มแข็ง สามารถแสดงบทบาทของการรับฟังและการเสนอแนะทั้งเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์เนื้อหาแก่ไทยพีบีเอสได้อย่างมีประสิทธิภาพ

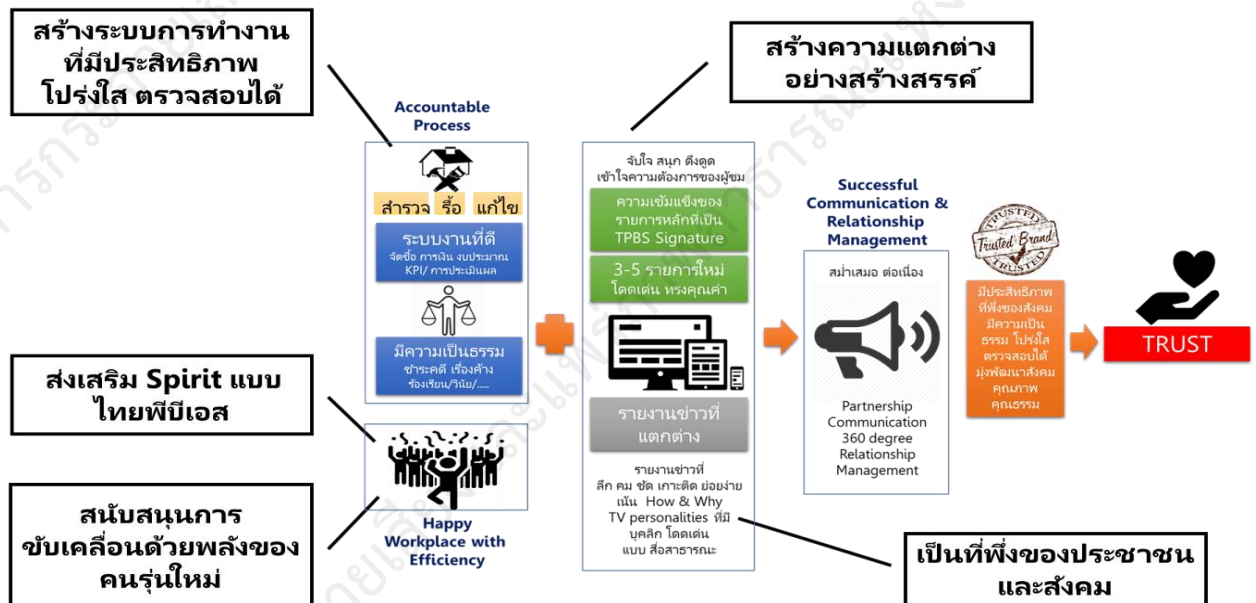


แผนภาพที่ 11 แสดงแนวคิดการจัดวางความสัมพันธ์กับภาคีหุ้นส่วน ที่สอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 คือสร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม

4. พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ส.ส.ท. มุ่งมั่นที่จะทำให้องค์กรศรัทธาและเชื่อมั่นในความเป็นสื่อสาธารณะ ทั้งในด้านขีดความสามารถ ประสิทธิภาพ ความโปร่งใส (Transparency) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นอิสระ ไม่ถูกครอบงำด้วยอำนาจรัฐ หรืออำนาจทุน เชื่อถือได้ ตรงไปตรงมา และเป็นที่ยอมรับของประชาชน (Reliable) มีความโดดเด่นแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ (Unique) โดยพนักงานของ ส.ส.ท. มีจิตสำนึกสาธารณะและความรับผิดชอบต่อสังคม (Spirit of Thai PBS) และการสนับสนุนการขับเคลื่อนด้วยพลังของคนรุ่นใหม่อย่างจริงจัง (Talent Mobility) โดยกำหนดให้เป็นเป้าหมายของผลลัพธ์การดำเนินงานที่จะต้องชี้วัดได้ภายในปี 2564 อย่างมีหลักฐานการรองรับ นอกจากนี้ แผนงานและโครงการต่างๆ จะต้องออกแบบให้แสดงผลลัพธ์ที่มุ่งตอบเป้าหมายดังกล่าวนี้ด้วย



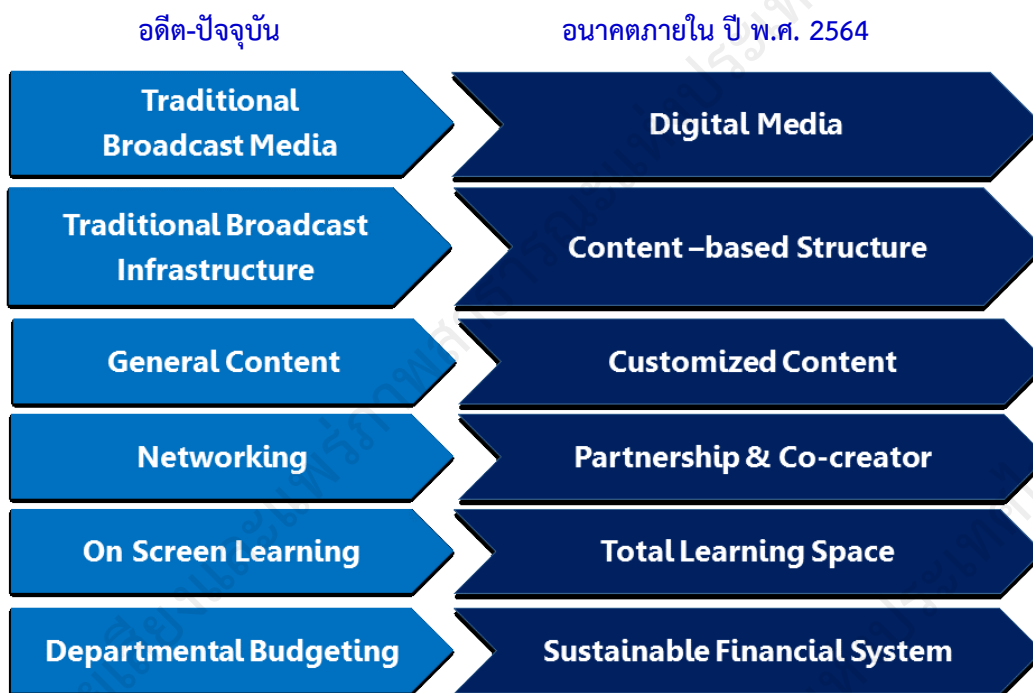
แผนภาพที่ 12 แสดงแนวคิดและการนิยามความหมายที่เป็นรูปธรรม วัดผลได้ เพื่อสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน



แผนภาพที่ 13 การจัดกลไกทางยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่การสร้างความเป็น Trusted Brand ในใจประชาชน

ทิศทางการดำเนินงานจากปี 2561 ถึง 2564

เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน จึงได้กำหนดทิศทางจากสถานะในปัจจุบันของ ส.ส.ท. สู่สถานะในอนาคตไว้ ดังนี้



แผนภาพที่ 14 แสดงทิศทางการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ตามยุทธศาสตร์ “แตกต่างบนความยั่งยืน”

ภาพรวมของทิศทางการบริหารกิจการ แบ่งเป็น 6 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การเคลื่อนตัวจากแพลตฟอร์ม Broadcast เดิมไปสู่ Digital มากขึ้น (2) โครงสร้างการทำงานปรับเปลี่ยนไปสู่การทำงานร่วมกันตามเนื้อหา (3) เนื้อหาจากเดิมมุ่งตอบคนกลุ่มใหญ่ไปสู่เนื้อหาที่ตอบโจทย์ความสนใจ ความต้องการของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (4) ปรับการทำงานแบบเครือข่ายไปสู่การทำงานร่วมกันแบบหุ้นส่วนทางสังคม (5) จากการเน้นพื้นที่หน้าจอเป็นหลัก ไปสู่การสร้างพื้นที่การเรียนรู้แบบองค์รวม ทั้ง On air Online และ On ground (6) จากระบบงบประมาณแบบกระจายตามสำนัก ไปสู่ระบบงบประมาณแบบยั่งยืนที่เอายุทธศาสตร์เป็นตัวตั้งและคำนึงถึงการจัดการในระยะยาว

กรอบแผนบริหารกิจการปี พ.ศ. 2561

ส.ส.ท. ได้กำหนดเป้าหมายของแผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561 เพื่อแสดงผลความสำเร็จในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ปี 2561 ในการเป็นสื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง ดังนี้

เป้าหมายปี 2561

ด้าน Branding	1. ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่าเป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วน
ด้าน Corporate Agenda	2. ไทยพีบีเอสมุ่งขับเคลื่อนวาระการ “ปฏิรูปประเทศ” ร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมือง และสังคมส่วนรวม
ด้าน Content	3. เป็นผู้นำในการผลิตและสร้างสรรค์รายการข่าวสารที่มีคุณภาพสูง ด้วยความแตกต่างโดดเด่น น่าเชื่อถือ มุ่งสนองตอบประโยชน์สาธารณะ และการมีส่วนร่วมของประชาชน
ด้าน Platform	4. ไทยพีบีเอสเข้าถึงผู้ชมผู้ใช้บริการหลากหลายกลุ่มเพิ่มขึ้น ผ่านทุกช่องทางสื่อ และกิจกรรม

ส.ส.ท. ได้กำหนด **ตัวชี้วัดความสำเร็จในปี 2561** และเป้าหมาย โดยสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ดังนี้ (จะแสดงค่านิยาม และเกณฑ์การวัด ในส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดองค์กรฯ)

ตารางที่ 1 ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรและค่าเป้าหมายปี 2561 ที่สอดคล้องกับเป้าหมายปี 2561 ของ ส.ส.ท.

ด้าน	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
Branding	1. ไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่าเป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ของประชาชนทุกภาคส่วน	1. ประชาชนที่รู้จักไทยพีบีเอสยอมรับว่าไทยพีบีเอส เป็นสถาบันสื่อสาธารณะแห่งการเรียนรู้ ของประชาชนทุกภาคส่วน	• ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของคนที่รู้จักไทยพีบีเอส
Corporate Agenda (วาระหลัก)	2. ไทยพีบีเอสมุ่งขับเคลื่อนวาระการ “ปฏิรูปประเทศ” ร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมือง และสังคมส่วนรวม	2. มีประเด็นที่ได้รับการประเมินว่านำไปสู่การขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ความเป็นพลเมือง และสังคมส่วนรวม	• ไม่น้อยกว่า 2 ประเด็น
Content (เนื้อหา)	3. เป็นผู้นำในการผลิตและสร้างสรรค์รายการ ข่าวสารที่มีคุณภาพสูง ด้วยความแตกต่างโดดเด่น น่าเชื่อถือ มุ่งสนองตอบประโยชน์สาธารณะ	3. ข่าวและรายการของไทยพีบีเอสได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพสูง ด้วยความแตกต่างโดดเด่น น่าเชื่อถือ มุ่งสนองตอบประโยชน์สาธารณะ และประชาชนมีส่วนร่วม	• ระดับคะแนนของ คุณลักษณะข่าว รายการ อยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก

ด้าน	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	และการมีส่วนร่วมของประชาชน		
Platform (ช่องทาง)	4. ไทยพีบีเอสเข้าถึงผู้ชม ผู้ใช้บริการหลากหลายกลุ่ม เพิ่มขึ้น ผ่านทุกช่องทางสื่อ และกิจกรรม	4. จำนวนผู้ชม/ผู้ให้บริการไทยพีบีเอส หลากหลายกลุ่มเพิ่มขึ้น ผ่านทุกช่องทางสื่อ และกิจกรรม	• ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของฐานข้อมูลปี 2560 สำหรับผู้ชมโทรทัศน์ • ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของฐานข้อมูลปี 2560 สำหรับผู้ใช้สื่อใหม่เฉลี่ยรวมทุกประเภท • ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของฐานข้อมูลปี 2560 สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม • ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของฐานข้อมูลปี 2560 สำหรับผู้ฟังวิทยุ

ส่วนที่ 2

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561

- แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Plan)
- แผนด้านภาคีหุ้นส่วน (Partnership Plan)
- แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Plan)
- การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในแผนระยะ 1 ปี พ.ศ. 2561
- การบริหารความเสี่ยง

ส่วนที่ 2

แผนบริหารกิจการ พ.ศ. 2561

ส.ส.ท. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ ระยะ 1 ปี (พ.ศ. 2561) ที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ทิศทาง และยุทธศาสตร์ของแผนหลัก ระยะสี่ปี (พ.ศ. 2561 – 2564) โดยวางแผนยุทธศาสตร์ (Corporate Strategy Plan) และแผนปฏิบัติการของ ส.ส.ท. (Operational Plan) เพื่อให้บรรลุการเป็น “สื่อขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง” ตามเป้าประสงค์ปี 2561 ดังนี้



แผนภาพที่ 15 แสดง Corporate Strategy Plan ปี 2561 ของ ส.ส.ท.

Operational Plan



แผนภาพที่ 16 แสดง Operational Plan ปี 2561 ของ ส.ส.ท.

แผนดำเนินการปี 2561 (Operational Plan) ประกอบด้วย 3 แผน (Plan) ได้แก่ 1. แผนด้านเนื้อหาช่องทาง และบริการ 2. แผนด้านภาคีหุ้นส่วน และ 3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร ซึ่งจะเสนอสาระตามลำดับแผน ดังนี้

แผนดำเนินการปี 2561



แผนภาพที่ 17 แสดงแผนดำเนินการปี 2561 ของ ส.ส.ท.

1. แผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ (Content, Platform & Service Strategic Plan)

ส.ส.ท. มุ่งผลิตและนำเสนอเนื้อหาคุณภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เข้าถึงกลุ่มที่หลากหลาย ผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างให้เกิดการเรียนรู้ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม ตามประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) 2 ประเด็นหลัก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เข้าถึงผู้รับและผู้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งถึง ด้วยสารประโยชน์ที่แตกต่าง ส.ส.ท. มุ่งสร้างสรรค์และผลิตข่าวสาร รายการที่มีสารประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารและผู้ใช้การสื่อสารที่หลากหลาย ให้ได้อย่างทั่วถึง โดยกำหนดกรอบเนื้อหาไว้ ดังนี้

1) เนื้อหาตามประเภทรายการ (Genre Base)

❖ กำหนดสัดส่วนรายการโทรทัศน์ (ช่องหมายเลข 3) ดังนี้

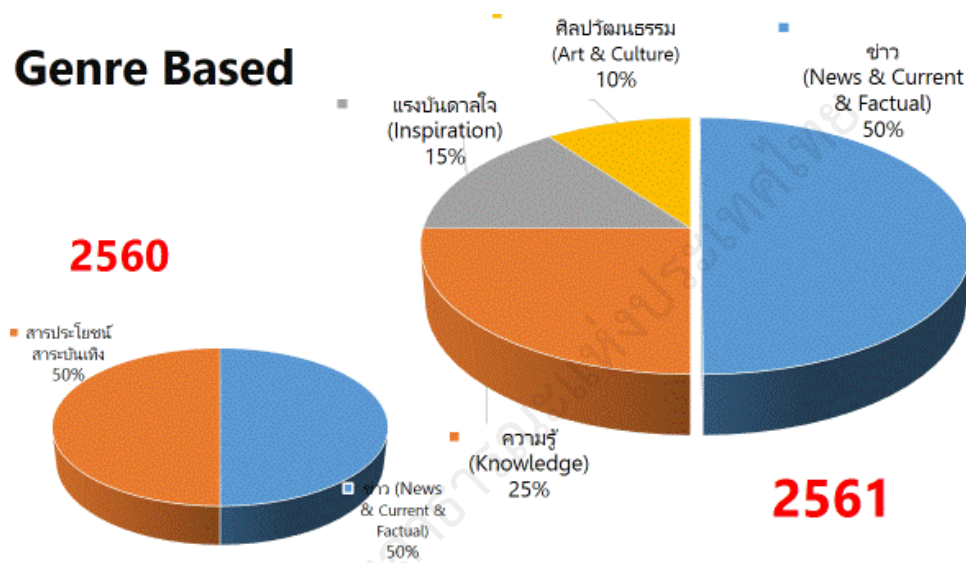
- **50%:** เนื้อหาประเภทข่าว วิเคราะห์สถานการณ์ และสารคดีข่าว (News & Current & Factual) นำเสนอเนื้อหาแบบเจาะลึก หรือ สืบสวนสอบสวน (Investigative) ที่มีเนื้อหาเข้มข้น ตอบกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่สนใจประเด็นเชิงลึก เน้นข่าวที่ตอบประโยชน์สาธารณะ (Public Interest) ข่าวที่เป็นหรือควรเป็นวาระสาธารณะ (Public Agenda) และข่าวที่เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ (Public Policy) รวมทั้งประเภทการนำเสนอที่เป็นที่พึงให้แก่ประชาชนที่เดือดร้อน เช่น กลุ่มรายการสถานีประชาชน เป็นต้น

- **25%:** เนื้อหาประเภทความรู้ (Knowledge) ให้มีความสำคัญกับความรู้สร้างทักษะเพื่ออนาคตทักษะชีวิต ตามหลักการของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 การปรับตัวเข้าสู่ทิศทางโลกและทิศทางไทย และสารคดีชั้นเยี่ยมที่ ส.ส.ท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

- **15%:** เนื้อหาประเภทสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) เพื่อให้มีความหวังในการดำเนินชีวิต การเป็นพลเมืองของสังคม การมีค่านิยมและคุณค่า หรือจิตสำนึกแห่งความเป็นไทย ฯลฯ รวมทั้งจะผลิตละครแห่งปี ซีรีส์ ภาพยนตร์สั้น ที่สร้างแรงบันดาลใจ

- **10%:** เนื้อหาประเภทศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) ผลิตและส่งเสริมเนื้อหาที่มีรสนิยมและสุนทรีย์ สร้างความงดงามให้แก่สังคม เช่น ดนตรีวิถีศิลป์ วัฒนธรรมชุมชน และเปิดพื้นที่สำหรับนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ (Young Creative Talent) ได้มีโอกาสพัฒนาสร้างผลงาน

Genre Based



แผนภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนเนื้อหาตามประเภท (Genre Base) ในปี 2560 และ ปี 2561

❖ กำหนดเนื้อหาที่เป็นกลุ่มรายการหลัก (Signature Program) ได้แก่

● ข่าว

- เนื้อหาข่าวเน้น Investigative News, Exclusive News อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ประเด็น
- จัดวาง Run-down ข่าว ให้เน้นความโดดเด่นที่ข่าวใหญ่ของวัน (Big News) จัดวิธีนำเสนอแบบ News Package ที่มีเนื้อหาข่าวทุกมิติและรอบด้าน โดยเฉพาะในรายการข่าวภาคค่ำของวันจันทร์-ศุกร์
- พัฒนารูปแบบและเนื้อหาของกลุ่มรายการข่าวที่เป็นพื้นที่ช่วยเหลือประชาชน เช่น สถานีประชาชน และเพิ่มการส่งเสริมการตลาดเพื่อสังคม เพื่อให้เป็นพื้นที่สื่อที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากขึ้น

● รายการกลุ่มความรู้ (Knowledge) มีสารคดีชั้นเยี่ยมที่ผลิตเอง หรือ ส.ส.ท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ อย่างน้อยปีละ 2 เรื่อง และสรรหาสารคดีคุณภาพจากต่างประเทศมานำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นช่วงเวลารายการสารคดีชั้นเยี่ยมที่ผู้ชมจดจำได้

● รายการกลุ่มเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผลิตรายการเด็กกลุ่มปฐมวัย (3-5 ปี) ที่เน้นสร้างสรรค์การเรียนรู้และการพัฒนาทักษะ รวมถึงเน้นการเรียนรู้ร่วมกันกับครอบครัว หรือทักษะพ่อแม่

● รายการกลุ่มสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) มีละครแห่งปีที่สร้างแรงบันดาลใจอย่างน้อย 1 เรื่อง

- **รายการกลุ่มศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture)** มีรายการสร้างเสริมวัฒนธรรมที่ผลิตอย่างดี โดยนำรายการดนตรีวิถีศิลป์กลับมา และส่งเสริมรายการของผู้ผลิตอิสระ และผู้ผลิตหน้าใหม่ เพื่อให้เกิดงานสร้างสรรค์ที่สดใหม่ และงานที่สร้างสรรค์จากศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและชุมชน

- **รายการของกลุ่มนักข่าวพลเมือง** ส่งเสริมรายการของกลุ่มนักข่าวพลเมือง ด้วยรูปแบบ User Generated Content (UGC) ที่ใช้ Application ชื่อ C-Site Application และทำหน้าที่เป็นชุมชนนักข่าวพลเมืองออนไลน์ ที่สามารถเปิดประเด็น แลกเปลี่ยน และขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เน้นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีใจสังคม (Active Citizens)

- **รายการที่เกิดจากการพัฒนาเนื้อหาทั้งสองต่างประเทศ (Co Production & Exchange Program)** ภายในปี 2564 อย่างน้อย 2 รายการ อาทิ รายการเด็ก รายการสารคดี ฯลฯ

2) เนื้อหาตามวาระหลัก (Key Issues Base) ในปี 2561 นี้ ส.ส.ท. ได้กำหนดวาระหลักที่จะเน้นผลิตและนำเสนอ ดังนี้

- **ทิศทางปฏิรูป ร้อยละ 30-35** เพื่อให้ประชาชนได้เข้าใจทิศทางการปฏิรูปประเทศ ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อประชาชน และสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมการปฏิรูปได้อย่างมีคุณภาพ (ครอบคลุมการปฏิรูปในทุกมิติ ทั้งที่สอดคล้องกับการปฏิรูปในระบบรัฐ และการปฏิรูปทางสังคมตามแนวของภาคพลเมือง อาทิ การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม เน้นการวิเคราะห์ให้เห็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่นำไปสู่ช่องว่างทางสังคมและทางออกอย่างสร้างสรรค์ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม การศึกษา สื่อ สุขภาพ ราชการ ตำรวจ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ชุมชน สันติภาพ สิทธิมนุษยชน ฯลฯ)

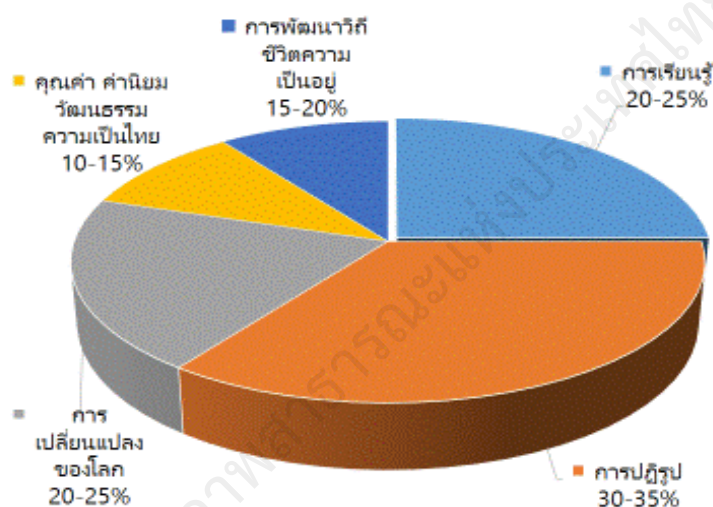
- **การเรียนรู้และการศึกษา ร้อยละ 20-25%** เน้นการเรียนรู้ในทุกมิติ นอกเหนือจากการปฏิรูปโครงสร้างการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาที่นำไปสู่ทักษะแรงงานและอาชีพในศตวรรษที่ 21 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการเรียนรู้เพื่อสร้างความเป็นพลเมือง (Citizenship)

- **ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของโลก ร้อยละ 20-25** ที่ส่งผลต่อระดับประเทศและระดับชุมชน (ภัยพิบัติ เศรษฐกิจ ปากท้อง ความเป็นอยู่ หนี้สิน และเน้นการสร้างฐานรากจากเศรษฐกิจชุมชน) นำเสนอรายการที่สะท้อนจุดยืนตามโลกทัศน์ตะวันออก ซึ่งจะเป็นความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อในกลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชีย

- **การพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ร้อยละ 15-20** การส่งเสริมและดูแลสุขภาพ การสร้างสภาพแวดล้อมและเมืองที่เอื้อต่อคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมสู่สังคมสูงวัย

- **คุณค่า ค่านิยม วัฒนธรรมความเป็นไทย ร้อยละ 10-15** (เน้นประวัติศาสตร์ที่เปลี่ยนมุมมองของคนไทย จิตอาสา และมุ่งสู่การสื่อสารสันติภาพ การอยู่ร่วมกันบนความหลากหลายในสังคมไทย)

Key Issues Based



แผนภาพที่ 19 แสดงสัดส่วนแผนงานตามวาระหลัก (Key Issues Base) ในปี 2561

3) เนื้อหาและช่องทางตามรูปแบบ 3-E (Engagement Model + Endorsement Model + Empowerment Model) เพื่อให้เกิดผลผลิตแบบ Personalized Content, Shared-value Content, และ Co-creation Content ที่สร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน และภาคีหุ้นส่วน ในระดับต่างๆ

แนวทางการดำเนินงานของแผนด้านเนื้อหา ช่องทาง และบริการ มี ดังนี้

1) เข้าถึงผู้รับสารที่หลากหลาย วางกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชาชนในกลุ่ม Mass (ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ และทุกระดับ Socio economic) และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ พลเมืองตื่นรู้ และคนที่ขาดโอกาสในการมีพื้นที่แสดงความคิดเห็น หรือกลุ่มคนที่ขาดการเหลียวแลจากสื่อกระแสหลัก โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

- วางระบบวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย มีโครงการสำคัญ ดังนี้
 - โครงการพัฒนา ระบบแสดงสถิติและผลวิเคราะห์แบบ Cross Platform (Data Analytic & Visualization) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในเชิงลึกของผู้ชมผู้ใช้บริการบนสื่อออนไลน์
 - โครงการจัดทำ Media Lab เพื่อพัฒนารายการและคุณภาพเนื้อหา
 - โครงการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อและกระแสวิพากษ์วิจารณ์ของชนกลุ่มวัยต่างๆ เชิงลึกเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนงานและการจัดทำรายการที่สอดคล้องต่อพฤติกรรม ความสนใจและความต้องการของผู้ชมผู้ใช้บริการ
- สร้างสรรค์สื่อและกิจกรรมที่เกี่ยวกับ Core Agenda ขององค์กร โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ได้แก่ แผนงานผลิตและจัดหารายการประจำปี 2561 เพื่อเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ

แผนงานผลิตข่าวและรายการข่าวเพื่อเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ โครงการพัฒนาการผลิตข่าวและรายการข่าวที่เป็น Signature Program และโครงการละครและสารคดีแห่งปี เป็นต้น

- วางระบบการรับฟังประเด็นที่หลากหลายทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายจากหลากหลายช่องทาง โดยดำเนินการผ่านโครงการต่างๆ อาทิเช่น โครงการรับฟังความคิดเห็นโดยสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการไทยพีบีเอส โครงการสนับสนุนการรับฟังความเห็นจากผู้ชมและผู้ฟังรายการเพื่อนสื่อสาธารณะไทยพีบีเอส โครงการประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผลผลิตและผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ในด้านเนื้อหารายการและกิจกรรม

- ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความพิเศษในการรับชมฟัง อาทิ ผู้มีความบกพร่องทางการมองเห็น การฟัง ในโครงการสนับสนุนการจัดทำ CC (Closed Captioning คำบรรยายแทนเสียง) และ AD (Audio Description เสียงบรรยายภาพ)

- เผยแพร่ และขยาย Thai PBS Product ไปยังกลุ่มใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และเป็นประโยชน์สาธารณะ โดยดำเนินการผ่านโครงการสำคัญ อาทิเช่น

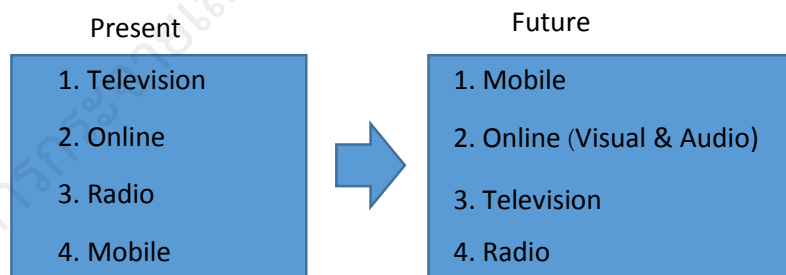
- โครงการผลิตเนื้อหาเฉพาะสำหรับ Online Channel เพื่อผลิตเนื้อหาตาม Key Issue ออกอากาศในช่อง Online Channel ทั้ง Streaming และ On Demand ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของ ส.ส.ท. ในปี 2561

- โครงการสื่อสารรายการ ข่าวและรายการข่าว และเครือข่าย ให้กับกลุ่มเป้าหมายรู้จักติดตามชม และมีส่วนร่วมผ่านช่องทางต่างๆ

- โครงการต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อพัฒนารูปแบบการให้สิทธิ์แบบใหม่(Re-organize/Re-package) ของข่าวและรายการ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถนำมาผลิตซ้ำ หรือต่อยอดได้ รวมถึงนำเนื้อหาข่าวสารของไทยพีบีเอสไปเผยแพร่ให้ประชาชนได้เข้าถึงโดยความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ

2) เข้าถึง**ผู้รับสารทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง** เพื่อตอบโจทยพฤติกรรมการรับสารของประชาชนทุกกลุ่มที่ปรับเปลี่ยนไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนี้

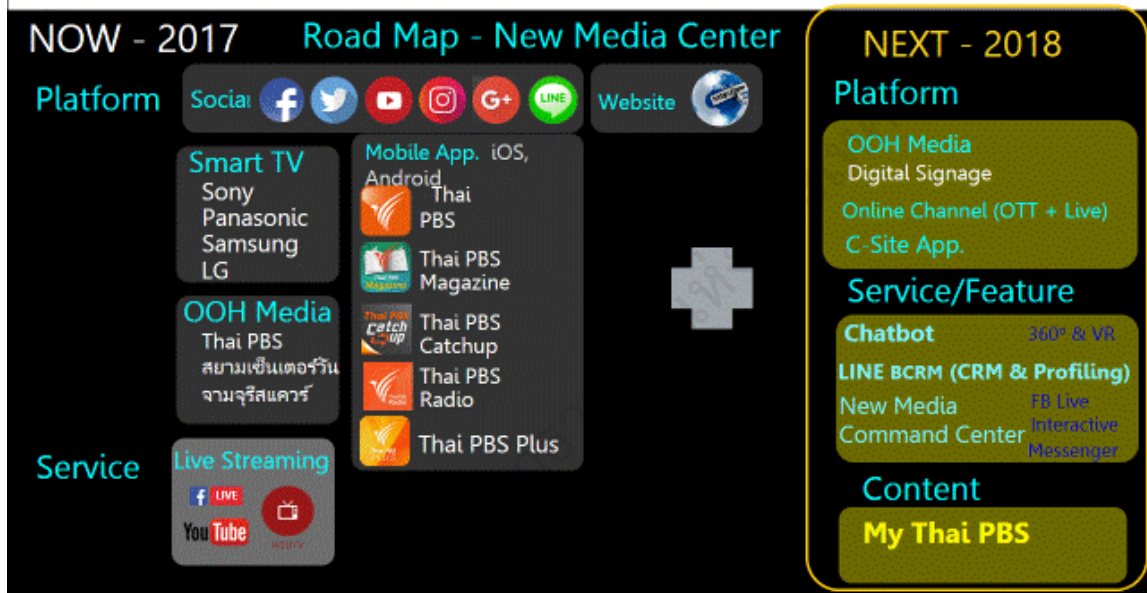
- มุ่งสู่ทิศทางของดิจิทัล (More Digital) โดยจะเริ่มเปลี่ยนผ่าน ตามความพร้อม ความจำเป็น และบริบท ทั้งนี้ได้กำหนดทิศทางของช่องทางให้บริการเนื้อหาของ ส.ส.ท. จะเปลี่ยนแปลงไป ตามภาพล่างนี้



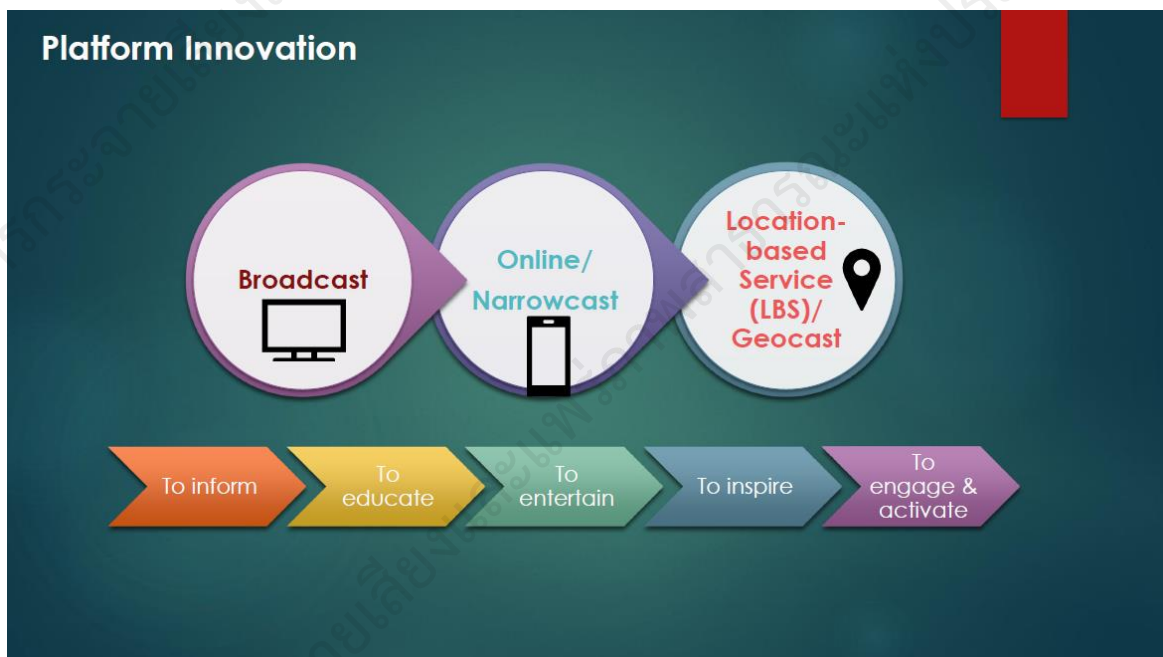
แผนภาพที่ 20 แสดงทิศทางของดิจิทัล

- ขยายพื้นที่การให้บริการของโครงข่ายดิจิทัลทีวีให้ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด ตามแผนงานให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวก และโครงการปรับปรุงสถานีดาวเทียมภาคพื้นดินส่วนกลาง
- สร้างการรับรู้เรื่อง Analog Switch off เพื่อนำไปสู่การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลทีวีอย่างเต็มรูปแบบ ผ่านโครงการส่งเสริมความรู้ต่อสาธารณะเรื่องทีวีดิจิทัลเพื่อขยายฐานผู้ชมในระบบดิจิทัลทีวี
- พัฒนาคุณภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง เช่น สร้าง Mini Studio สำหรับผลิตรายการออนไลน์ ที่พร้อมรองรับการถ่ายทำรายการที่จะเผยแพร่ทางออนไลน์ทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ทั้งรายการสดและรายการชมย้อนหลัง
- พัฒนาแพลตฟอร์มให้เข้าถึง และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นทั้งเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง (Broadcast – Narrowcast – Geocast) โดยมีโครงการสำคัญรองรับ ได้แก่
 - โครงการพัฒนาช่องทางและการให้บริการเผยแพร่เนื้อหา จำแนกตามประเภทเนื้อหา ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เพื่อปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพและความน่าสนใจของเว็บไซต์ไทยพีบีเอส และจัดทำเว็บไซต์ข่าวภาษาอังกฤษ เว็บไซต์องค์กรภาษาอังกฤษ เว็บไซต์เยาวชน และนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
 - โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม Online Channel (Live, On-Demand) เพื่อรองรับการสร้างสรรค์รายการและกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อทางเลือกของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มผู้ชมเฉพาะ รวมถึงเป็นพื้นที่ให้กับผู้ผลิตอิสระและกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์ ในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม
 - โครงการสร้างสรรค์รายการและกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์ เพื่อผลิตรายการถ่ายทอดสดผ่าน Online Channel ที่เหมาะสมตรงกับความสนใจ และผลิต Website รองรับเนื้อหาการถ่ายทอดสด Online Channel
 - โครงการพัฒนา Application C-site เพื่อพัฒนาระบบการรายงานข่าวรูปแบบใหม่ของเครือข่ายนักข่าวพลเมือง ที่เป็นช่องทางการเผยแพร่และรับข่าวสารโดยเชื่อมการสื่อสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเข้าด้วยกัน และสามารถนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ในการรายงานข่าวและขยายผลต่อได้ในช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ของไทยพีบีเอส
 - โครงการติดตั้ง New Media Command Center เป็นศูนย์รวมหรือศูนย์บัญชาการในการติดตามสถิติ แนวโน้ม ความคิดเห็นและกระแส วัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการพูดถึงไทยพีบีเอสบนออนไลน์ (Brand Monitoring) การวัดผลแคมเปญและกิจกรรมออนไลน์ (Online Campaign Management) การตรวจสอบและเช็คประเด็นที่ไทยพีบีเอสกำลังถูกพูดถึงในออนไลน์ (Trend Watching) เพื่อนำมาวางแผนการนำเสนอเนื้อหาแบบ Real time รวมทั้งเป็นข้อมูลวิเคราะห์การเติบโตและการนำเสนอของคู่แข่งอีกด้วย (Market Research)

ด้านช่องทางและนวัตกรรม



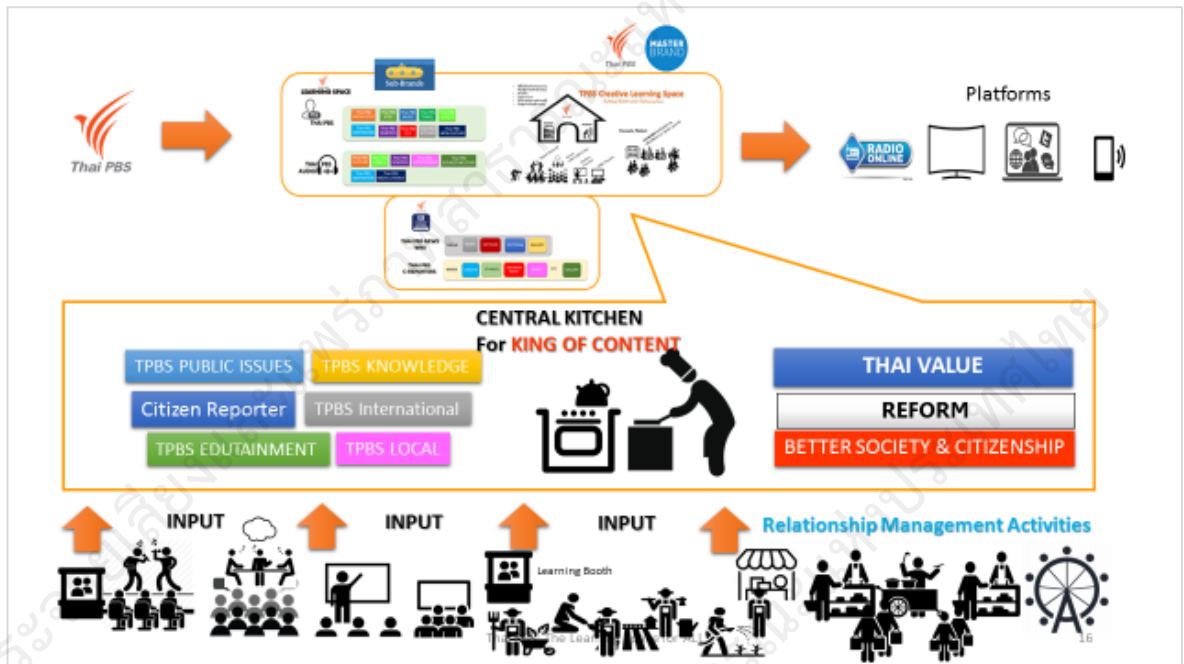
แผนภาพที่ 21 แสดงช่องทางออนไลน์และนวัตกรรม ในปี 2561 (1)



แผนภาพที่ 22 แสดงช่องทางออนไลน์และนวัตกรรม ในปี 2561 (2)

3) เข้าถึงผู้รับสารด้วย สารประโยชน์ที่แตกต่าง และมีคุณภาพสูงเพื่อประโยชน์สาธารณะ ยกย่องการ เรียนรู้ของสังคมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของสังคม และสร้างแบรนด์ไทยพีบีเอสให้เป็นผู้นำความรู้ วิชาการ ศิลปวัฒนธรรมและคุณค่าความเป็นไทย โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

- วางระบบการทำงานร่วมกันในการสร้างเนื้อหาแบบบูรณาการ ผ่านโครงการบูรณาการเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบและผลิตเนื้อหา “ครัวกลาง” (Central Kitchen) ที่จะนำร่องบริหารจัดการเนื้อหากลุ่มดีเยี่ยม (Super Content) ทั้งในกลุ่มข่าวและรายการ ด้วยการออกแบบผลงานอย่างตั้งใจ มีความคิดสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจ (Creativity & Inspiration) มีการออกแบบให้เหมาะสมกับช่องทางต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นทั้งกลุ่มเฉพาะและกลุ่มทั่วไป (Target Segmentation & Mass) โดยคำนึงถึงความหลากหลาย และการครอบคลุมอย่างทั่วถึงตามหลักการของสื่อสาธารณะ



แผนภาพที่ 23 แสดงกลไกการบูรณาการเนื้อหาและช่องทาง แบบ “ครัวกลาง”



แผนภาพที่ 24 แสดงการบูรณาการของสำนักต่างๆ บนฐานของงานข่าวและวารสารศาสตร์



แผนภาพที่ 25 แสดงการบูรณาการของงานผลิตและสร้างสรรค์รายการ ของสำนักวิทยการ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพเป็นที่ยอมรับ วางแผนการนำเสนอเนื้อหาที่อยู่ในระดับ Super Content อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง พัฒนางาน Factual Content ที่เน้นการเจาะลึก แบบ Investigative Reporting มากขึ้น โดยมีแผนงานและโครงการสำคัญ ประกอบด้วย

- แผนผลิตกลุ่มเนื้อหาดีเยี่ยม หรือ Super Content ที่นำเสนอข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นวาระสาธารณะ (Public Interest & Public Agenda) เพื่อเตรียมความพร้อมของคนไทยให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและในประเทศ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยเฉพาะการเตรียมพร้อมสู่ทิศทางการ “ปฏิรูปประเทศ”

- แผนงานผลิตและจัดหารายการประจำปี 2561 เพื่อเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ (Key Issue Base) โดยผลิตและจัดหารายการ สารประโยชน์ สารคดี และสารบันเทิงที่มีคุณภาพเผยแพร่ผ่านทุกช่องทางสื่อ ส.ส.ท.

- แผนผลิตข่าวและรายการข่าวเพื่อเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ โดยเน้นข่าวที่ตอบประโยชน์สาธารณะ (Public Interest) ข่าวที่เป็นหรือควรเป็นวาระสาธารณะ (Public Agenda) และข่าวที่เกี่ยวข้องนโยบายสาธารณะ (Public Policy)

- โครงการพัฒนาการผลิตข่าวและรายการข่าวที่เป็น Signature Program เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เน้นการวิเคราะห์ เจาะลึก นำเสนอข่าวพิเศษที่สำนักข่าวทั่วไปไม่ผลิต เพื่อสร้างความแตกต่างและการจดจำให้กับประชาชน โดยเนื้อหาข่าวเน้น Investigative News , Exclusive News และการวิเคราะห์ให้เห็นที่มาที่ไปทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก บริหารข่าวภาคหลักด้วยการจัดวาง Run-down ข่าว ให้เน้นความโดดเด่นที่ข่าวใหญ่ของวัน (Big News) จัดวิธีนำเสนอแบบ News Package ที่มีเนื้อหาข่าวทุกมิติและรอบด้าน โดยเฉพาะใน

รายการข่าวภาคค่ำของวันจันทร์-ศุกร์ ผลิตรายการข่าวที่เป็นพื้นที่ช่วยเหลือประชาชนด้านการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม และที่เป็นพื้นที่ช่วยเหลือประชาชนด้านการสานเครือข่ายเพื่อระดมสมอง ให้เห็นทางออกของปัญหาในระดับสาธารณะ

○ โครงการละครและสารคดีแห่งปี เพื่อผลิตรายการละครแห่งปี จำนวน 1 เรื่องและสารคดีแห่งปีที่เป็นลิขสิทธิ์ไทยพีบีเอส 1 เรื่อง ที่มีคุณภาพสูง มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับในวงการสื่อและองค์กรวิชาการด้านสื่อ

○ โครงการ ผลิตเนื้อหา Signature Program : Branding UGC Program from Citizen Media Network เพื่อสร้าง Brand โดยผลิตเนื้อหาอย่างมีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่และผู้ผลิตภาคประชาชน ได้แก่ รายการที่บ้านเรา กลางเมือง ภูมิภาค 3.0 หนังสือเรื่อง ข่าวพลเมือง Backpack Journalist สารคดี ผู้ผลิตภาคพลเมือง แลต๊ะแลได้ อนาคตเหนือ อยู่ดีมีแฮ้ง รายการ C PLUS / วงแชร์ และ Online Program for Gen Y+Z

○ โครงการผลิตและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ในสื่อออนไลน์ไทยพีบีเอส เพื่อสร้างและพัฒนาเนื้อหาข่าวและรายการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับชมบนช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มผู้ติดตามและสมาชิกในช่องทางสื่อใหม่ให้มากขึ้น

○ โครงการผลิตและจัดหา audio content และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อผลิตสื่อเสียงสาระบันเทิงและสารประโยชน์ เผยแพร่สู่สาธารณะ ผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกแพลตฟอร์ม เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งการขยายเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรตลอดจนเครือข่ายสื่อท้องถิ่นและวิทยุภูมิภาค การสื่อสารการตลาดวิทยุไทยพีบีเอส และการทดลองดำเนินงานกระจายเสียงระบบดิจิทัล

○ โครงการผลิตรายการกีฬาและนันทนาการ (ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.05-16.00น.) เพื่อนำเสนอรายการกีฬาและนันทนาการ เข้าถึงชุมชนและชุมชนได้มีส่วนร่วม ส่งเสริมและอนุรักษ์ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้มีเวทีในการแสดงความสามารถ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กและเยาวชนเล่นกีฬา

● มีระบบสนับสนุนการผลิตงานคุณภาพและมีประสิทธิภาพ อาทิ ฐานข้อมูล อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น

○ โครงการสนับสนุนการบริหารงานเพื่อการผลิตและออกอากาศรองรับการผลิตข่าวและรายการ

○ โครงการพัฒนาระบบอุปกรณ์ เทคนิคและเทคโนโลยีในการผลิตข่าวและรายการ เพื่อจัดหาอุปกรณ์ใหม่และทดแทนอุปกรณ์ระบบเดิมที่ชำรุด รองรับการทำงานของระบบประจำห้องควบคุม และการปฏิบัติงานนอกสถานที่ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงาน

○ โครงการจัดหาอุปกรณ์สนับสนุนงานข่าว และศูนย์ภูมิภาค เพื่อจัดหาอุปกรณ์สนับสนุนงานข่าว และศูนย์ภูมิภาคให้พร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○ โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บข้อมูลเพื่อให้บริการคอมพิวเตอร์ระบบแม่ข่ายเสมือน โดยเพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลของ ส.ส.ท. รองรับการขยายตัวการใช้งานระบบสารสนเทศในอนาคต และลดความเสี่ยงของความปลอดภัยต่อข้อมูล

○ โครงการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อบริการสาธารณะ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้นและติดตามแหล่งข่าวจากหลากหลายสำนัก และเป็นข้อมูลพื้นฐานในงานผลิตข่าวและรายการ ให้บริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งฐานข้อมูลองค์การ ด้านข่าวและรายการ ด้านบริหารและด้านเครือข่ายที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการภายในและภายนอกองค์กร เป็นต้น

- มีการบูรณาการแบบข้ามแพลตฟอร์มเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับสารและสาธารณะ ได้แก่ โครงการพัฒนาช่องทางและการให้บริการเผยแพร่เนื้อหาจำแนกตามประเภทเนื้อหาผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน โครงการพัฒนาแพลตฟอร์ม Online Channel (Live, On-Demand) และ โครงการสร้างสรรค์รายการและกิจกรรมบนช่องทางออนไลน์ เป็นต้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ท่ามกลางสื่อเชิงพาณิชย์กว่า 20 สถานีที่มุ่งผลิตเนื้อหาตามอารมณ์และกระแสของสังคม และสภาวะข้อมูลท่วมท้นทางสื่อออนไลน์ สื่อสาธารณะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการเป็นโรงเรียนของสังคม ที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และตลอดชีวิต เพื่อนำไปสู่สังคมที่ยั่งยืน โดยผลิตภัณฑ์ของสื่อสาธารณะต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้ในทุกมิติที่จำเป็นต่อการสร้างทักษะชีวิต อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของสื่อสาธารณะยังจำเป็นต้องคำนึงถึงการเรียนรู้สำหรับคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่ยากลำบากอีกด้วย ดังนั้น เพื่อสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ ส.ส.ท. จึงได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ไว้ดังนี้

- การรายงานข่าวแบบเจาะลึก เน้น HOW และ WHY นอกเหนือจาก WHO WHAT WHEN WHERE ซึ่งจะดำเนินการผ่านแผนงานผลิตข่าวและรายการข่าวเพื่อเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ โครงการพัฒนาการผลิตข่าวและรายการข่าวที่เป็น Signature โครงการผลิตเนื้อหา Signature Program : Branding UGC Program from Citizen Media Network โครงการผลิตและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ในสื่อออนไลน์ไทยพีบีเอส และโครงการผลิตและจัดหา audio content และกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้

- ยกกระดับเนื้อหารายการบางกลุ่มให้สามารถเป็นประโยชน์หรือสนับสนุน ต่อการเรียนรู้ทั้งในและนอกระบบ อาทิเช่น แผนงานผลิตและจัดหารายการประจำปี 2561 เพื่อเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ (Key Issue Base) โครงการละครและสารคดีแห่งปี เป็นต้น

- มีเนื้อหาสาระ เน้นทักษะ 6 C's ที่จำเป็นต่อศตวรรษที่ 21 อันได้แก่ Critical Thinking and Doing, Creativity, Collaboration, Communication, Computer Literacy และ Career and Learning Self-Reliance ในการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวและรายการ ที่จะเผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ

- สร้างพื้นที่การเรียนรู้ และสร้างปัญญาให้กับสังคมผ่านช่องทางต่างๆ ทั้ง Online On Air และ On Ground ตามแผนงานผลิตและจัดหารายการ แผนงานผลิตข่าวและรายการข่าว โครงการละครและสารคดีแห่งปี โครงการผลิตเนื้อหา UGC โครงการผลิตเนื้อหาในสื่อออนไลน์ และ Audio Content รวมถึงโครงการ ใน

แผนภาคีหุ้นส่วน เช่น โครงการสนับสนุนกิจกรรมและการขับเคลื่อนงาน On Ground โครงการ Shelf for Learning โครงการสื่อศิลป์ โครงการ Creative Learning Space @ Thai PBS และศูนย์ภูมิภาค เป็นต้น

2. แผนยุทธศาสตร์ภาคีหุ้นส่วน (Partnership Strategic Plan)

ส.ส.ท. ให้ความสำคัญกับภาคีเครือข่ายทางสังคมตลอดมาตามเจตนารมณ์ของ พ.ร.บ.องค์การฯ และตามหลักการคุณค่าของสื่อสาธารณะ ในปี 2561 ส.ส.ท. ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างคุณค่าและความยั่งยืนด้วยหุ้นส่วนทางสังคม เพื่อมุ่งขยายภาคีเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน พัฒนาความร่วมมือกันในการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมในประเด็นสาธารณะที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน รวมทั้งยกระดับความสัมพันธ์ของภาคีเครือข่ายให้เป็นหุ้นส่วนทางสังคมของ ส.ส.ท. โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

- ขยาย พัฒนาเครือข่าย ความร่วมมือ ความสัมพันธ์ และการทำงานร่วมกับภาคีหุ้นส่วน โดยมีโครงการสำคัญ อาทิเช่น

- โครงการพัฒนาเครือข่ายนักสื่อสารสาธารณะ (UGC and New Content Creator) มุ่งพัฒนาทักษะการผลิตสื่อที่หลากหลายในทุก Platform ให้แก่นักสร้างสรรค์เนื้อหารุ่นใหม่ (New Content Creator) และพัฒนาเครือข่ายเชิงประเด็นโดยมีเครื่องมือ Application เป็นตัวเชื่อมต่อข้อมูล และทดลองพัฒนาเนื้อหาร่วมกัน

- โครงการรับฟังความคิดเห็นโดยสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการไทยพีบีเอส สนับสนุนการดำเนินงานรับฟังความคิดเห็นเพื่อพัฒนาคุณภาพการผลิตรายการและบริการของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ รวมถึงสนับสนุนและการสร้างความมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและภาคีเครือข่ายต่อการพัฒนาการดำเนินกิจการของ ส.ส.ท.

- โครงการ Thai PBS Forum สร้างพื้นที่ “การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้” ของภาควิชาการ วิชาชีพ และประชาสังคมในประเด็นต่างๆ ที่สัมพันธ์กับวาระเนื้อหาขององค์กร และวาระทางสังคม รวมทั้งขยายเครือข่ายภาควิชาการและวิชาชีพในการร่วมพัฒนามาตรฐานของสื่อในสังคมไทยจากฐานองค์ความรู้ที่มาจากการแลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์

- โครงการรับฟังความคิดเห็นและขยายฐานเพื่อนสื่อสาธารณะของศูนย์เพื่อนสื่อสาธารณะ เพื่อสร้างและขยายฐานเพื่อนสื่อสาธารณะ รวมทั้งสนับสนุนการสื่อสารและสานความสัมพันธ์กับเครือข่ายเพื่อนสื่อสาธารณะให้เข้ามาใช้ประโยชน์ และ เป็นเจ้าของสื่อสาธารณะร่วมกัน

- โครงการสนับสนุนกิจกรรมและการขับเคลื่อนงาน On Ground ของไทยพีบีเอส โดยระดมความร่วมมือจากภาคีเครือข่าย ทั้งในระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มาสนับสนุนการขับเคลื่อนเนื้อหาของไทยพีบีเอส ผ่านกิจกรรม และกระบวนการที่หลากหลาย

- โครงการ Creative Learning Space เปิดพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ให้กับผู้ชม ผู้ฟัง และประชาชน ได้เรียนรู้ประเด็นต่างๆจากข่าว รายการ และประเด็นทางสังคม ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี ณ ศูนย์การเรียนรู้ สำนักงานใหญ่ขององค์การฯ และศูนย์ภูมิภาค ทั้ง 3 แห่ง เพื่อให้เกิดความรู้ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต หรือเป็นการจุดประกาย / สร้างแรงบันดาลใจในการเปลี่ยนแปลงตนเองและสังคม

○ โครงการ Thai PBS Academy เพื่อนำความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ ในวิชาชีพ สื่อมวลชนของไทยพีบีเอส มาออกแบบ ผลิตเป็นชุดความรู้ เผยแพร่แก่ผู้สนใจ ในรูปแบบ การอบรม การสัมมนา และกิจกรรมการเรียนรู้ โดยมุ่งหวังที่จะขยายฐานผู้ชมผู้ฟังอีกทางหนึ่ง

○ โครงการประเมินความพึงพอใจการให้บริการและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย เพื่อประเมินผลความสำเร็จของข่าวและรายการ ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในองค์กร และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพรายการ ประเมินความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายภายนอก ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

- ทบทวนบทบาท ภาระหน้าที่ของสื่อสาธารณะในวาระครบรอบ 10 ปี โดยโครงการสื่อสารข้อมูล 10 ปี ส.ส.ท. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลการดำเนินงานของส.ส.ท.ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาสู่สาธารณะอย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ ดำเนินการผ่านโครงการสำคัญ 2 โครงการ คือ

- โครงการพัฒนาความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ ทบทวนและขยายความร่วมมือกับเครือข่ายเดิม และสร้างเครือข่ายใหม่ทั้งในด้านการผลิต และงานวิชาการ

- โครงการ Generation What? ร่วมกับ UNESCO เพื่อสนับสนุนให้เกิดการรวบรวมความคิดเห็นและเปิดพื้นที่การเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ทั้งชาวไทยและประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกต่อประเด็นต่างๆ ในสังคม ซึ่งจะนำมาสู่การออกแบบงานสื่อสารสำหรับคนรุ่นใหม่ ต่อไป

3. แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร (Human & Organization Capital Strategic Plan)

แผนด้านทุนมนุษย์และทุนองค์กร มุ่งพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กร การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการสื่อสารองค์กรให้เป็นไปตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา ส.ส.ท. ให้เป็น Trusted Brand ในใจประชาชน ซึ่งหมายถึงต้องเป็น Top of Brand ในความเป็นสื่อที่เชื่อถือได้ มีคุณภาพ ยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้ง ดำเนินการด้วยระบบคุณธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยบุคลากรที่มีคุณภาพและคุณธรรม เพื่อที่จะนำไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

- พัฒนา ปรับปรุงและ สร้างระบบงานที่ดี รวดเร็ว ถูกต้อง เป็นธรรม โปร่งใส โดยมีแผนงาน/โครงการสำคัญ อาทิ

- โครงการบริหารจัดการสารสนเทศของ ส.ส.ท. เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์สารสนเทศให้ทุกหน่วยงานในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และปรับปรุงประสิทธิภาพอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยระบบเครือข่ายสารสนเทศศูนย์ภูมิภาค 3 แห่ง ระบบ Network, Database, Server

- โครงการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อจัดทำคู่มือและขั้นตอนปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างตาม พ.ร.บ. จัดซื้อจัดจ้างปี 2560

- โครงการพัฒนาระบบ ERP ระยะที่ 2 เพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อ ยอดระบบ สามารถเชื่อมโยงการทำงานกับระบบอื่นให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

○ โครงการบริหารและสนับสนุนงานด้านกฎหมายของ ส.ส.ท. ได้แก่การสนับสนุนการจัดทำสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สนับสนุนงานด้านคดีความ งานระเบียบและคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

○ โครงการบริหารจัดการศูนย์การเงิน เพื่อพัฒนารูปแบบงบการเงินแบบ NPAE ให้มีความน่าเชื่อถือ และจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน รายงานการใช้จ่ายเงิน รายงานการใช้งบประมาณ รวมถึงรายงานเพื่อการบริหารต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ

○ โครงการบริหารจัดการอาคารสถานที่ ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงระบบสาธารณูปโภค อย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า ปลอดภัย และรักษาสิ่งแวดล้อม

○ โครงการบริหารจัดการองค์กรคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISAS BCP9001:2010 การตรวจติดตามประเมินระบบบริหารคุณภาพ (Surveillance Visit) โดยหน่วยงานรับรองภายนอก รวมถึงการรักษามาตรฐานประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ตามที่ได้ระบุไว้ในมาตรฐานสากล ISAS BCP9001:2010

● พัฒนาบุคลากรไทยพีบีเอสให้มีคุณภาพ และเท่าทันสถานการณ์สื่อ พนักงานทำงานเต็มประสิทธิภาพอย่างมีความสุข อาทิ

○ แผนงานบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งครอบคลุมการบริหารจัดการค่าตอบแทนบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสภาวะการแข่งขันในตลาดแรงงาน สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจและรายได้ขององค์กร การจัดสวัสดิการพนักงานตามระเบียบ ส.ส.ท. เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงาน การเสริมสร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีในการทำงาน การปรับปรุงการประเมินผลการปฏิบัติงานในการสนับสนุนการทำงานแบบ Co-Creation ให้เกิดความเป็นธรรมกับพนักงานและส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมแบบ Cross Functions และการจัดทำเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) เป็นต้น

○ แผนงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การพัฒนาสมรรถนะคนไทยพีบีเอสให้มีความรู้ทักษะ ที่สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ตามแผนพัฒนาความรู้เฉพาะทางของสำนัก การพัฒนาทักษะที่หลากหลาย (Multi Skills) การพัฒนาทัศนคติที่สอดคล้องกับนโยบาย และยุทธศาสตร์องค์กร ส่งเสริมให้บุคลากร ส.ส.ท. มีพื้นที่ในการแสดงพลังความสามารถและศักยภาพอย่างเต็มที่ ผ่านเวทีปล่อยของ Hackathon และ Talent Mobility และโครงการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ

○ โครงการ “คุณค่าสื่อสาธารณะ สู่ความเป็นหนึ่งที่ยั่งยืน” (One Team & Spirit of Thai PBS) เพื่อต่อยอดและพัฒนาคุณค่าความเป็นสื่อสาธารณะ ความภาคภูมิใจ และจิตสำนึกสาธารณะ

● สื่อสารสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับองค์กร สร้างความไว้วางใจในองค์กรทั้งจากภายในและภายนอก พัฒนาและสื่อสาร Brand Thai PBS โดยใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม ในการสื่อสารแบรนด์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการจดจำ เข้าใจและสนับสนุนบทบาทหน้าที่ของสื่อสาธารณะ รวมถึงเพื่อขยายฐานผู้ชมและผู้ให้บริการไทยพีบีเอส

● สื่อสารอย่างสม่ำเสมอ ทั้งภายในและภายนอก มีระบบการสื่อสารภายในที่ดี วางระบบการเยี่ยมชม เพื่อให้สามารถสื่อสารเชิงรุก ผ่านโครงการต่างๆ ได้แก่

○ โครงการผลิตรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส จำนวน 52 ตอน นำเสนอสาระคุณค่าของสื่อสาธารณะ วิธีการทำงานของไทยพีบีเอส และเรื่องเสนอแนะจากผู้ชม ตอบสนองวัตถุประสงค์องค์กรตามมาตรา 7(5) ในการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน

○ โครงการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความภาคภูมิใจภายในองค์กร เพื่อประชาสัมพันธ์ นโยบาย แนวทางการบริหาร การดำเนินงานและข่าวสารสำคัญขององค์กรให้พนักงานรับรู้ และมีความเข้าใจ สร้างความภาคภูมิใจและสร้างบรรยากาศที่ดี เพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพและความสามัคคีของคนในองค์กร ผ่านรายการ “นกสองรู้” ซึ่งเสนอผ่านช่องทีวีภายใน และ Online TV (ผ่าน Facebook Thai PBS family)

- มีแผนจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ซึ่งจะดำเนินการร่วมกับฝ่ายบริหารความเสี่ยงขององค์กร

การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลในแผนระยะ 1 ปี พ.ศ. 2561

เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย เรื่องการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร ส.ส.ท.จะดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลในองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีกลไกในการดำเนินการ คือ

1. มีคณะกรรมการธรรมาภิบาลและรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ผู้แทนจากกรรมการนโยบาย ผู้บริหาร ส.ส.ท. และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก เป็นกลไกกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล และกำกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย
2. มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดทำแผนงานส่งเสริมและพัฒนาธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. เสนอผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการธรรมาภิบาลฯ และประสานความร่วมมือกับทุกหน่วยงานในองค์กร ให้มีการดำเนินงานตามแผนธรรมาภิบาลของ ส.ส.ท. และทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเหลือเลขานุการคณะกรรมการธรรมาภิบาลฯ
3. มีสำนักตรวจสอบภายในทำหน้าที่ ตรวจสอบการดำเนินงานของฝ่ายบริหารในลักษณะ Check & Balance
4. ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ มีกลไกที่สำคัญ คือ
 - 4.1 สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ทำหน้าที่รับฟังความคิดเห็นของผู้ชม และให้ข้อมูลสะท้อนกลับในการปรับปรุงข่าวและรายการ
 - 4.2 คณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน
 - 4.3 ศูนย์ข้อมูลข่าวสารไทยพีบีเอส ซึ่งให้บริการข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540
 - 4.4 คณะกรรมการพัฒนาความรับผิดชอบต่อในการปฏิบัติงาน (Operational Accountability Committee) ทำหน้าที่พัฒนาช่องทางรับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบเรื่องราว และปรับปรุงพัฒนากระบวนการ Work Flow เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีขึ้นในการปฏิบัติงาน
5. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมค่านิยมเรื่องธรรมาภิบาลให้แก่บุคลากรตลอดทั้งปี รวมทั้งการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
6. นำหลักธรรมาภิบาลมาใช้อย่างเคร่งครัด ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การทำสัญญาต่างๆ เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นองค์กรคุณธรรมต่อไป

การบริหารความเสี่ยง

ส.ส.ท. จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงขององค์กรเป็นประจำทุกปี และจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการนโยบาย ตามลำดับ โดยจะมีการติดตาม และรายงานความคืบหน้าทุกไตรมาส รวมทั้งประเมินผลสำเร็จของแผนจัดการความเสี่ยง เพื่อพัฒนาการบริหารความเสี่ยงของ ส.ส.ท.อย่างต่อเนื่อง โดยมีกลไกหลักในการดำเนินงาน คือ

- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท. มี ผอ.ส.ส.ท.เป็นประธาน และผู้อำนวยการทุกสำนักเป็นกรรมการ
- ฝ่ายบริหารความเสี่ยง รับผิดชอบในการจัดให้มีการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ และจัดทำแผนจัดการความเสี่ยงประจำปี รวมทั้งประสาน ติดตามการดำเนินงานตามแผนของทุกสำนัก รายงานผลหรือรายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการฯ และผู้อำนวยการ ส.ส.ท. อย่างต่อเนื่อง หรือทันเหตุการณ์ และทำหน้าที่เป็นเลขานุการของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส.ส.ท.

ทั้งนี้ แผนบริหารความเสี่ยง ในระยะ 1 ปีข้างหน้า จะเน้นต่อยอดการดำเนินงานบริหารความเสี่ยงของปี 2560 ที่กำลังอยู่ระหว่างดำเนินการ พร้อมไปกับการวิเคราะห์สถานการณ์ความเสี่ยงใหม่ๆ โดยเฉพาะเมื่อ ส.ส.ท. เข้าสู่วาระครบรอบ 10 ปี ตาม พ.ร.บ.ฯ ที่กำหนดให้มีการทบทวนกฎหมายตามมาตรา 51

โดยให้ความสำคัญและบริหารแผนความเสี่ยงให้ครอบคลุมด้านต่างๆ เพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ได้แก่

- ด้านการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ มีการกำหนดทิศทางการทำงานพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยมีแผนเปลี่ยนจาก Traditional Media ไปสู่ Digital Media
- ด้านการบริหาร มีการปรับโครงสร้าง ปรับกระบวนการและจัดกลไกในการทำงานให้เหมาะสม
- ด้านการเงิน มีทุนสำรองและจัดหางบประมาณเกินดุล มุ่งเน้นยุทธศาสตร์วัดผลได้
- ด้านบุคลากร มุ่งสร้างจิตสำนึกสาธารณะ สร้างระบบ Talent Mobility และพัฒนาทักษะเพื่อเตรียมพร้อมสู่ Digital transformation และพัฒนาให้มี Career Path และ Succession Plan ชัดเจน

ทั้งนี้ จะมีการทบทวนแผนบริหารความเสี่ยงเป็นระยะ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป



แผนภาพที่ 26 แสดงภาพรวมของแนวคิดแผนยุทธศาสตร์ ปี 2561 “แตกต่างบนความยั่งยืน